

MESTRADO EM CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO
ESTUDOS DOS MÉDIA E DO JORNALISMO

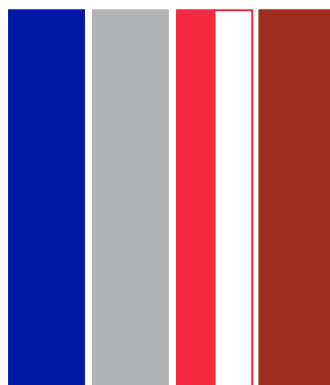
A opinião no webjornalismo durante a pandemia

Uma análise de conteúdo do jornalismo online brasileiro

Raiza Silveira Medina

Maio

2021



Raiza Silveira Medina

A opinião no webjornalismo durante a pandemia

Uma análise de conteúdo do jornalismo online brasileiro

Dissertação realizada no âmbito do Mestrado em Ciências da Comunicação, orientada pelo Professor Doutor Helder Bastos;

Faculdade de Letras da Universidade do Porto

2021

Raiza Silveira Medina

A opinião no webjornalismo durante a pandemia

Uma análise de conteúdo do jornalismo online brasileiro

Dissertação realizada no âmbito do Mestrado em Ciências da Comunicação, orientada pelo Professor Doutor Helder Bastos;

Membros do Júri

Professor Doutor Pedro Luis Cerqueira Gomes da Costa

Faculdade de Engenharia - Universidade do Porto

Professor Doutor Fernando António Dias Zamith Silva

Faculdade de Letras - Universidade do Porto

Professor Doutor Helder Manuel Ferreira Bastos

Faculdade de Letras - Universidade do Porto

Classificação obtida: (escreva o valor) Valores

Dedico este projeto às milhares de famílias que perderam seus entes queridos nessa pandemia, em especial aos que sofreram pelas consequências da má gestão do Estado.

“Apesar de você amanhã há de ser outro dia.”

(Chico Buarque)

Sumário

Declaração de honra	4
Agradecimentos	5
Resumo	6
Abstract	7
Índice de Figuras	8
Índice de Tabelas	9
Introdução	10
1. Webjornalismo: entre a notícia tradicional e a velocidade	16
1.1. Tradição e teorias do jornalismo	17
1.2. Webjornalismo: história e impacto social	23
2. A Complexa Relação Entre A Notícia E A Opinião	31
2.1. Jornalismo opinativo	31
2.1.1. Editorial	31
2.1.2. Comentário	33
2.1.3. Artigo	34
2.1.4. Resenha ou crítica	34
2.1.5. Crônica	35
2.2. A era das fake news	36
2.3. Critérios de noticiabilidade	37
2.4. As notícias e o ciberjornalismo	42
2.5. A opinião dentro da notícia	44

3.	Metodologia	47
3.1.	Abordagem e método de pesquisa	47
3.2.	Amostra	48
3.2.1.	O Antagonista	48
3.2.2.	G1	49
3.2.3.	Brasil 247	51
3.3.	Tratamento do Material	51
3.4.	Pré-análise das coberturas	53
3.4.1.	Os casos	55
3.4.1.1.	O pronunciamento de Jair Bolsonaro	56
3.4.1.2.	A relação com Luiz Henrique Mandetta	56
3.4.1.3.	Saúde x Economia	57
3.4.2.	Textos Selecionados	58
4.	Análise de Conteúdo Aplicado à Cobertura Do Covid 19 No Brasil	60
4.1.	Quanto a quarentena e a parada da pandemia	60
4.1.1.	Opinião	61
4.1.2.	Notícia	65
4.2.	Quanto a quarentena e a parada da pandemia	69
4.2.1.	Opinião	69
4.2.2.	Notícia	74
4.3.	Opiniões de Liderança	78
	Conclusão	85

Declaração de honra

Declaro que o presente trabalho é de minha autoria e não foi utilizado previamente noutro curso ou unidade curricular, desta ou de outra instituição. As referências a outros autores (afirmações, ideias, pensamentos) respeitam escrupulosamente as regras da atribuição, e encontram-se devidamente indicadas no texto e nas referências bibliográficas, de acordo com as normas de referência. Tenho consciência de que a prática de plágio e autoplágio constitui um ilícito académico.

[Porto, Maio de 2021]

[Raiza Silveira Medina]

Agradecimentos

A presente dissertação, não teria saído do meu imaginário, se não fosse algumas pessoas e instituições. E essa pesquisa é completamente dedicada a elas.

Agradeço inicialmente a minha mãe, uma mulher forte e guerreira, que dedicou a vida a proporcionar as melhores oportunidades a mim e aos meus irmãos. Não tenho palavras para toda a tua assistência. Ao meu pai e irmãos que sempre entenderam a minha decisão, mesmo que ela significasse passar tantos anos longe deles. Agradeço ao meu marido pela compreensão e paciência em todas as batalhas travadas por nós na nossa busca constante por evolução. Prosseguimos na peleja por mais alegrias compartilhadas!

Agradeço a minha sobrinha, Antonela Medina Leal por entender que a tia vai, mas sempre volta. Daqui uns anos, quando chegar a sua vez, que tu possas escrever sobre o assunto que quiseses e ser quem quiser. Que a nossa sociedade seja mais justa e correta para todos.

Aos meus amigos da faculdade, da infância, muito obrigada por continuarem acreditando!

Graças a esse mestrado eu tive a oportunidade de conhecer a minha família do outro lado do oceano, e essas pessoas são parte do que eu sou também. A pensão, o duplex, o café, minha família aqui, muito obrigada por todo o suporte e por serem família!

Agradeço a Universidade do Porto pela oportunidade! Que essa instituição que tem tantos anos de história, possa continuar por mais muitos anos dando oportunidades para tantos outros jovens.

Ao meu orientador Helder Bastos, pela paciência e sabedoria.

A essa cidade, por tudo que representa em mim!

Resumo

Esta dissertação analisa o conteúdo da cobertura jornalística feita no Brasil durante o começo da pandemia do novo coronavírus para pesquisar sobre o papel da opinião no webjornalismo e suas novas tendências e características textuais. Isto é feito a partir da leitura de notícias em portais da internet brasileiros que trataram do começo da crise no país a partir de diferentes óticas. Os meios de comunicação com sua origem durante a era do webjornalismo têm seu material textual comparado com o portal online de uma gigante brasileira, a Rede Globo, para que esta pesquisa possa compreender como as diferenças na origem podem influenciar na maneira como os meios de comunicação tratam as notícias e utilizam a opinião. Os acontecimentos políticos e econômicos que marcaram o Brasil durante a semana escolhida para a análise funcionam como ponto de separação entre as notícias e as opiniões. A partir de uma reflexão da história do jornalismo e dos processos que motivam as características fundamentais do webjornalismo e dos motores que encaminham esse novo discurso e a estrutura dos textos. Com essas teorias estruturadas e prontas para o uso dentro da pesquisa, é feita uma leitura detalhada e pensada a partir do contexto histórico e cultural do Brasil durante a pandemia do novo coronavírus, utilizando a análise de conteúdo. Esta metodologia foi aplicada para descobrir como o jornalismo brasileiro cobriu a pandemia do Covid-19 e a maneira como a opinião foi utilizada nesse processo. Após essa análise, foi possível entender que pontos de vistas políticos e a crítica a líderes foram utilizadas tanto em textos opinativos como para entregar notícias.

Palavras-chave: [webjornalismo, opinião, noticiabilidade, análise de conteúdo]

Abstract

This dissertation analyzes the content of the news coverage made in Brazil during the beginning of the new coronavirus pandemic to research the role of opinion in web journalism and its new trends and textual characteristics. This is done by reading news on Brazilian internet portals that dealt with the beginning of the crisis in the country from different perspectives. The media with its origin during the era of web journalism has its textual material compared to the online portal of a Brazilian giant, Rede Globo, so that this research can understand how differences in origin can influence the way the media handle the news and use opinion. The political and economic events that marked Brazil during the week chosen for analysis act as a point of separation between news and opinions. From a reflection on the history of journalism and the processes that motivate the fundamental characteristics of web journalism and the engines that lead this new discourse and the structure of the texts. With these theories structured and ready for use within the research, a detailed and thoughtful reading is made from the historical and cultural context of Brazil during the pandemic of the new coronavirus using discourse analysis. This methodology was used to find out how brazilian journalism covered the COVID-19 pandemic and the way opinion was used in this process. After this analysis, it was possible to understand that political opinions and criticism to leaders were used in opinion and to deliver news.

Key-words: [webjournalism, opiniões, news, discourse analysis]

Índice de Figuras (ou Ilustrações)

FIGURA 1: O SOBRE DE O ANTAGONISTA	50
FIGURA 2: PÁGINA SOBRE CORONAVÍRUS NO G1	51
FIGURA 3: REPORTAGEM DO BRASIL 247, DO DIA 25/03/2020	64
FIGURA 4: MATÉRIA QUE COBRE O PRONUNCIAMENTO DE BOLSONARO, NO DIA 24 DE MARÇO DE 2020.	65
FIGURA 5: TRECHO DA MATÉRIA 25/03/2020 DE O ANTAGONISTA	66
FIGURA 6: TRECHO DE APÓS HIDROXICLOROQUINA, QUATRO COM COVID-19 RECEBEM ALTA EM SP.	67
FIGURA 7: CITAÇÃO NOTICIOSA DE HENRIQUE MANDETTA NO G1.	69
FIGURA 8: TRECHO NOTICIOSO DE BRASIL 247, NO DIA 25 DE MARÇO DE 2020.	70
FIGURA 9: TRECHO DE ATLETAS QUE ADOECERAM POR CORONAVÍRUS PROVAM QUE BOLSONARO ESTÁ ERRADO	72
FIGURA 10: G1 SOBRE A MUDANÇA DE POSTURA DE HENRIQUE MANDETTA.	72
FIGURA 11: FALA DE WITZEL CRITICANDO MANDETTA.	73
FIGURA 12: MATÉRIA “MANDETTA PRECISA ATACAR A IMPRENSA. COITADO DO MANDETTA”.	74
FIGURA 13: O ANTAGONISTA AFIRMA QUE A VERDADE É A PRIMEIRA BAIXA DA PANDEMIA.	75
FIGURA 14: QUESTÃO DO AUXÍLIO EMERGENCIAL.	77
FIGURA 15: AGLOMERAÇÃO DE BOLSONARO.	78
FIGURA 16: TRECHO DE MATÉRIA DO BRASIL 247 SOBRE ISOLAMENTO VERTICAL.	79
FIGURA 17: CITAÇÃO DE MANDETTA EM O ANTAGONISTA.	81
FIGURA 18: OUTRA FALA DE MANDETTA EM O ANTAGONISTA.	82
FIGURA 19: FALA DE FLÁVIO DINO PARA O G1.	83
FIGURA 20: TRECHO DE MATÉRIA DO G1 SOBRE FALA DE GUEDES.	85

Índice de Tabelas

TABELA 1: PALAVRAS-CHAVE SEPARADAS POR TEMÁTICA	52
TABELA 2: OS TEXTOS SELECIONADOS SEPARADOS POR DIA E MEIO.	59

Introdução

Esta pesquisa objetiva realizar uma análise da maneira como o webjornalismo brasileiro cobriu a crise do Covid-19, levando em consideração a variação que o papel da opinião sofreu nesta revolução trazida pela internet. O crescimento da internet como modelo de criação e distribuição do jornalismo teve um grande impacto no discurso e nas estruturas da profissão e das matérias publicadas por jornalistas do mundo inteiro. No Brasil, não foi diferente. Os portais online tornaram-se o principal meio de comunicação para as empresas tradicionais de jornalismo e permitiu o surgimento de milhares de novas empresas criadas especificamente para essa nova realidade. Isso deu-se porque o investimento necessário para a criação de um portal online é muito menor se comparado aos custos ligados à criação de um jornal impresso ou de um canal de televisão.

Esta nova realidade fez com que o jornalismo também passasse por mudanças éticas e morais, principalmente no que tange o uso e o emprego da opinião no dia a dia de uma redação jornalística. Durante quase toda a história da profissão, a opinião apareceu como um ponto negativo que deveria ser evitado pelo jornalista. O profissional da notícia deveria ser neutro e imparcial, capaz de ler os acontecimentos de uma forma distante e seus textos deveriam permitir que os leitores fizessem seus próprios julgamentos a partir do que estava registado nas páginas do jornal, nas ondas do rádio ou na tela da televisão. Entretanto, com o crescimento e a popularização do consumo de jornalismo pela internet, muito dessa relação modificou-se, e temos uma realidade profissional que passa por mudanças consideráveis e que devem ser entendidas e estudadas em pesquisas acadêmicas no campo.

Esta dissertação tem como objetivo geral, a partir desta temática inicial, analisar a maneira como o jornalismo online no Brasil tratou a pandemia do novo coronavírus buscando uma relação entre os processos de criação das notícias e o crescimento do uso da opinião nos meios de comunicação. A cobertura do novo coronavírus no Brasil no mundo inteiro ganhou grande espaço nos meios de comunicação e seu tratamento foi diário e completo. Nesse sentido, a internet tornou-se um elemento fundamental para

todo o jornalismo brasileiro, já que suas ferramentas permitem uma cobertura constante e completa, que não precisa parar por limitação de horários, custos ou distribuição. Isso fez com que alguns portais jovens crescessem em todo o País, atingindo um grande número de usuários e reavendo as dinâmicas do jornalismo. Considerando esta revolução em andamento pretendemos, durante esta pesquisa, refletir sobre como meios de comunicação que nasceram e foram criados para a internet fizeram a cobertura deste evento de proporções globais, fazendo isso a partir da comparação com meios tradicionais que transferiram parte de suas redações para a cobertura online nos últimos 20 anos. Pensando nisso, selecionamos o G1, portal oriundo da Rede Globo de Comunicações, como o exemplo de webjornalismo originário dos meios tradicionais. e O Antagonista e o Brasil 247 como dois expoentes da era moderna do jornalismo, já que esses meios nasceram na internet e carregam o discurso deste meio em seus DNAs. A partir disso, pretendemos buscar exemplos do uso da opinião durante o jornalismo brasileiro durante a cobertura do novo coronavírus na internet e entender como essa opinião se manifestou durante o começo desse período marcante da história recente do mundo inteiro. Os objetivos desta pesquisa estão voltados para o entendimento da maneira como as características e o estilo de jornalismo praticado na internet mudaram no tratamento da opinião pelo trabalho de redação e a cobertura de grandes eventos.

A opinião, como uma ferramenta do jornalismo, tornou-se mais comum no webjornalismo por questões de distribuição e acesso ao trabalho de jornalistas. Com a redução de custos para começar uma plataforma na internet, mais profissionais tiveram a oportunidade de criar seus portais individuais ou com um pequeno grupo de colegas. Estes novos portais também nasceram sem obrigações com investidores ou estruturais empresariais duras e com muitas regras, já que os donos de todo o site eram exatamente os jornalistas responsáveis pela publicação das matérias. Em teoria, esta revolução na distribuição da notícia contribuiu para o formato atual do jornalismo. Pensando nisso, querendo entender se existe, dentro do webjornalismo brasileiro, um crescimento do espaço dado para a opinião em meios jornalísticos? O caso brasileiro durante a pandemia do novo coronavírus pode apontar caminhos para o entendimento desta

revolução e indicar caminhos para que esta nova dinâmica e forma de fazer o discurso jornalístico sejam entendidos e reconhecidos academicamente de uma forma clara. Considerando esta nova dinâmica, acreditamos que, a priori, há uma mistura entre opinião e notícia, com a imagem de jornalistas marcantes destes meios de comunicação sendo utilizada para “vender” o jornal. A venda deu-se com maior atenção às opiniões do que aos fatos que cercam esta opinião. Esta venda não é econômica, já que esta pesquisa não pretende entrar em questões de valores ou de rendimentos do jornal como meio de comunicação. Estes meios estão vendendo credibilidade, a partir dos nomes notáveis de suas redações, que criam um novo portal depois de passarem pelas maiores redações do Brasil. Dessa forma, seus nomes estampam matérias ou a capa do site e, neste sentido, atraem leitores.

A pandemia do novo coronavírus não é uma questão puramente sanitária ou de saúde. Questões políticas entraram em pauta durante todo o processo e a difícil relação entre fechar as cidades para controlar o avanço da doença e as perdas financeiras que isso poderia arrecadar, pautaram muito das coberturas jornalísticas sobre o tema. No caso do Brasil, a situação tornou-se mais complexa, já que a relação do presidente da república, Jair Bolsonaro, com os jornalistas era complicada e repleta de atritos antes mesmo do começo da pandemia. Também devemos considerar, e queremos compreender de uma forma mais clara, a maneira como o webjornalismo pode tornar-se mais voltado para nichos específicos e criando temáticas claras. Esse método de selecionar pautas e direcionar a redação é fundamental para a sobrevivência e o crescimento de portais nascidos na era da internet. Portanto, esta pesquisa também quer responder: qual foi o principal foco dos meios de comunicação brasileiros na cobertura dos momentos iniciais da pandemia no Brasil? A pergunta é relevante para esta pesquisa porque queremos traçar de uma maneira clara a relação entre os meios tradicionais e suas transferências para a internet, com portais que foram criados exclusivamente com o webjornalismo em mente. As diferenças e semelhanças na seleção de pautas podem apontar para as temáticas traçadas por esta dissertação. Para responder esta questão, partimos da hipótese de que a opinião acabou recebendo mais espaço durante o processo de cobertura do começo da pandemia do novo coronavírus

no Brasil. As questões políticas e econômicas fizeram com que o foco dos meios de comunicação fosse voltado para questões polêmicas nessas áreas e não para pontos de saúde. Isto quer dizer que os meios de comunicação selecionados devem enxergar em temas polêmicos caminhos mais valiosos e importantes para chamar a atenção de seus leitores e reforçar a relação com o seu público-alvo. Além disso, compreender a relação dos meios com a seleção de pautas pode responder questões quanto ao valor dado por cada um deles a opinião como ferramenta jornalística.

As duas primeiras questões apresentadas são importantes para alcançar objetivos ligados ao uso da opinião no webjornalismo durante a cobertura da pandemia do novo coronavírus. Entretanto, também devemos questionar de maneira mais profunda a maneira como a origem destes meios de comunicação selecionados vai interferir e alterar no resultado das matérias e na forma como os portais utilizam a opinião. A reflexão é importante por indicar o caminho para leituras mais complexas e pontuais da relação do webjornalismo com modelos antigos de jornalismo. As mudanças vão além da linguagem e da estrutura dos textos, portanto uma análise contextual, que é o objetivo desta pesquisa, deve levar estas questões em consideração. Portanto, queremos saber se a origem do meio, saindo de uma rede tradicional ou sendo original da internet, provoca diferenças no tratamento da notícia e da opinião? Este problema deve ser desenvolvido a partir da leitura do material selecionado e no tratamento a ele dado. A partir deste processo será possível delimitar os rumos para a compreensão daquilo que é específico do webjornalismo e que deve seguir sendo tendência para o futuro da profissão. Acreditamos, inicialmente, que os meios de comunicação nascidos para a internet seguem a linguagem e a estrutura que marca e representa o webjornalismo de uma maneira clara, com textos curtos e rápidos e com uma linguagem que propicia a leitura de matérias rapidamente, deixando de lado reportagens grandes. Isso deve ser compreendido a partir da compreensão das diferenças na escolha de pauta e na forma como cada meio vai contar as histórias ligadas a chegada do novo coronavírus no Brasil.

Para responder estas questões e colocar as hipóteses desta pesquisa à prova, utilizamos a análise de conteúdo a partir de uma ótica que prevê o uso de material

textual considerando o contexto em que ele foi construído e sua relação com outros materiais. Além disso, esta análise passa pela compreensão e pela criação de uma base teórica forte que permita e auxilie a construção de resultados baseados em fatos e importantes características do material analisado. Para selecionar o material analisado, criamos o recorte de uma semana em março de 2020 que se mostrou fundamental para a cobertura feita quanto ao novo coronavírus no Brasil. A construção desta pesquisa foi realizada em quatro capítulos, que passam pela realização de uma estrutura teórica até a análise do material

No capítulo 1, traçamos uma linha temporal e histórica do jornalismo, passando desde suas origens e chegando até as características que demarcam o webjornalismo. Para entendermos a origem da profissão utilizamos obras como Lage (2014), Sousa (2009), Vichiatti (2005) e Adorno (2002). Estes autores foram fundamentais para que criássemos um ponto de partida sólido para as definições históricas do jornalismo até chegarmos nas bases estruturais que marcaram a profissão durante o século XX. O jornalismo do século passado tornou-se o padrão esperado pelos jornalistas em termos éticos e morais, além de ter criado uma estrutura fundamental para os textos jornalísticos.

Para tratar das características do webjornalismo, lançamos mão de textos como Pena (2005), Dalmonte (2009) e, principalmente, Mielniczuk (2003), que apresenta as características do webjornalismo que usamos em toda a obra e que serviram de base para os parâmetros utilizados na análise. Definimos as gerações do webjornalismo a partir de Reges (2011), pois a transição das fases e o crescimento de portais modernos é de fundamental importância para as questões apresentadas durante esta pesquisa.

Voltamos nossa atenção para o papel da opinião no jornalismo moderno no Capítulo 2. A partir de Melo (2003) e Beltrão (1980) definimos o que é editorial, o espaço que, anteriormente, tinha uma espécie de monopólio da opinião dentro do jornalismo. Este ponto de partida é fundamental para entender como a opinião aparecia nos textos jornalísticos até o advento da internet. Com essa consideração, também refletimos outros tipos de textos que refletiam o uso da opinião como o comentário e a crônica.

Também consideramos textos apenas noticiosos para determinar suas diferenças fundamentais e deixar claro quais os parâmetros utilizados por esta pesquisa.

Continuando o Capítulo 2, utilizamos obras como Traquina (2008) para refletir sobre os critérios de noticiabilidade e as etapas que se tornam fundamentais durante a seleção de pautas no jornalismo. Esclarecer este processo é fundamental para que possamos analisar as escolhas dos meios selecionados e apontar para preferências e tendências durante a fase da análise. Também no final deste capítulo, propomos uma pequena reflexão sobre o fenômeno das “fake news” e a forma como mentiras disfarçadas de notícia estão ganhando espaço e de que forma o uso da opinião pode colaborar para o crescimento deste perigo ao jornalismo. Para finalizar este capítulo de uma maneira que promova o encontro de todos os pontos traçados por este embasamento teórico, apresentamos o espaço que a opinião tem e pode receber dentro da notícia no jornalismo tradicional. Obras como Recuero e Gruzd (2019) e Genesini (2018) auxiliam na compreensão das “fake news” como um fenômeno recente ou uma nova versão de um problema que o jornalismo sempre passou, exatamente pela dificuldade de definir e limitar os limites da opinião com relação à notícia.

A metodologia desta pesquisa está apresentada no Capítulo 3. Nele estão presentes a maneira como esta pesquisa aplica a análise de conteúdo e reflete sobre as questões que foram apresentadas nesta introdução. Além disso, os critérios de seleção do período de análise e da coleta de material fazem parte deste espaço da presente dissertação. Com a consideração do contexto que engloba a cobertura do novo coronavírus no Brasil, apresentamos o material que melhor explora o recorte selecionado e que permite a análise de conteúdo que esta pesquisa pretende realizar. Os três meios de comunicação selecionados, G1, O Antagonista e o Brasil 247, são apresentados e introduzidos, de uma maneira que reflita sobre suas trajetórias e os localize a partir de suas origens. Esse processo é fundamental para a tentativa de responder a terceira questão desta pesquisa. Por fim, apresentamos a tabela com os textos selecionados e suas datas de publicação, para facilitar a leitura da pesquisa e indicar os parâmetros finais da análise.

No final do capítulo 3 são apresentados alguns casos que funcionam como delimitadores e separadores do material. Estes casos são definidos a partir de eventos que marcaram a semana analisada e serviram como um importante componente da cobertura realizada pelos três meios de comunicação selecionados. Os casos servem também como um componente fundamental para a compreensão das motivações dos meios de comunicação selecionados e da forma como cada um deles cobriu, refletiu e opinou sobre eventos marcantes que aconteceram durante esta semana. Por fim, são apresentadas as categorias de análise que servem para separar e organizar o material coletado.

A análise de conteúdo realizada por esta pesquisa está presente no Capítulo 4. Ela está dividida a partir das categorias de análise. Além disso, trazemos neste capítulo uma relação mais aprofundada sobre os casos selecionados para a análise e uma contextualização sobre o momento político e social do Brasil, devido ao fato deste contexto ter mostrando-se fundamental para a leitura do material analisado. O Capítulo 4 também apresenta uma utilização prática dos conceitos de opinião e notícia, a partir da teorização feita sobre esses conceitos no Capítulo 2.

Para finalizar o Capítulo 4, fizemos uma reflexão sobre o uso de opiniões de lideranças políticas e acadêmicas sobre os temas abordados pelo jornalismo. Esse tipo de uso é cada vez mais comum dentro do webjornalismo e a maneira como cada um dos jornais utiliza esse tipo de conteúdo deve ser pensado e refletido sobre para que consigamos buscar as respostas para esta pesquisa e examinar as condições que surgem devido a origem dos meios de comunicação selecionados. A partir deste ponto, torna-se possível a busca por respostas quanto ao valor da opinião e novas condições dos critérios da noticiabilidade no webjornalismo.

1. Webjornalismo: entre a notícia tradicional e a velocidade

1.1.Tradição e teorias do jornalismo

O jornalismo é uma atividade fundamental e presente em todas as sociedades modernas. O profissional da redação é importante por sua função social e pela forma como suas palavras e histórias podem ajudar na formação e na identificação de uma cultura, de um sistema político ou até de indivíduos. Em uma definição estanque, o jornalista é o profissional técnico que informa, conta histórias e atua na elaboração de uma opinião pública. Entretanto, essa conceitualização não aborda características históricas e culturais que moldam a profissão e peculiaridades individuais que interferem na forma como o profissional conta uma história.

Inicialmente, o profissional é definido por seu compromisso ético. Em Lage (2014), o jornalista é definido, de uma maneira neutra, como aquele que deve relatar a informação - sempre verdadeira - de uma maneira que reflita o melhor interesse público e que seja atraente para os leitores. Além do interesse financeiro, a busca pela informação verdadeira e honesta, que alcance os interesses públicos da melhor maneira possível, deve ser uma constante prioridade.

O problema dessa lógica, entretanto, é que o jornalista é dificilmente neutro e fatores sociais e econômicos constantemente interferem com a realidade desta atuação ideal do jornalista. Muitas vezes, a complexidade da relação se dá por meio de uma relação conturbada entre fontes e o interesse público. Segundo Lage (2014), o balanceamento de diferentes interesses é o maior empecilho para um jornalismo realmente neutro.

O jornalista encontra em seu trabalho pelo menos três dificuldades específicas: toda estrutura de poder teme ser devassada e tende a resguardar mais informações do que seria necessário; enquanto para advogados o compromisso é com a lei, estabelecida previamente, o do jornalista é com pessoas cujas reações não são sempre previsíveis; e o duplo comprometimento (com a fonte e o público) implica frequentes conflitos de interesse (LAGE, 2014, p.22).

O exercício do jornalismo tem uma dificuldade natural, e essa definição não supre completamente o que pode ser esperado. O conceito mais amplo do jornalismo pode ser criticado por uma ótica que enxerga em todas as decisões do jornalista algum

tipo de interesse. Uma omissão pode ter um claro objetivo, assim como cada escolha de palavras passa pela experiência própria do profissional e de qual público ele quer alcançar.

Uma definição ampla do jornalista precisa compreender duas coisas: em primeiro lugar, é importante delimitar e apontar alguns detalhes fundamentais da história da profissão e das expectativas carregadas pelos profissionais e meios de comunicação. Em segundo lugar, uma realização sobre o papel do profissional dentro da sociedade é muito importante. Os objetivos apresentados dentro do mercado vão justificar muito do que é escrito e daquilo que orienta a atuação de um profissional.

A história do jornalismo como atividade profissional e humana é extremamente antiga, e supera as conceitualizações mais modernas e atuais da profissão. Em Sousa (2008) a tradição do jornalismo é apresentada desde a origem de manifestação oral humana e da literatura. Desde a Antiguidade clássica diferentes civilizações registam suas lendas, leis e acontecimentos de modo escrito. Registrar esse progresso e apontar para os caminhos que explicam a realidade moderna vai guiar a leitura da atuação e dos desejos dos profissionais dentro do mercado e das salas de redação.

Segundo Souza (2008), esse tipo de escrita pode ser definido como “pré-jornalismo (SOUZA, 2008, p.5)” pelas similaridades na escrita e nos objetivos desse tipo de texto. Esse conceito ajuda a entender os significados das conceitualizações da origem da profissão e a forma como ela interage com o jornalismo moderno e o avanço técnico e conceitual da atuação.

Esse processo histórico é fundamental para que seja possível entender o que caracteriza o jornalismo moderno e como as expectativas quanto ao trabalho do profissional foram criadas e são reproduzidas até hoje.

Um lead é um parágrafo-guia, um parágrafo que, devido às suas características, está indicado para iniciar um enunciado (jornalístico ou não jornalístico). No relato homérico, a primeira frase de cada secção do relato, normalmente, é construída de maneira a ter impacto e importância, prefigurando aquilo que, três milénios mais tarde, os americanos e britânicos designaram por lead. (SOUZA, 2008 p.8)

O lead é, para o jornalismo ensinado nas universidades modernas, o principal instrumento da atuação jornalística e das etapas de construção e realização de diferentes tipos de textos, matérias e reportagens. O fato da origem dessa forma de pensar o jornalismo ser diretamente comparável com a maneira que humanos sempre contaram histórias em diferentes civilizações pode apontar para como a história e os registos documentais são precursores do profissional moderno de comunicação.

Quando o jornalismo começa a tomar a estrutura moderna? O renascimento e as ideias iluministas foram fundamentais para o crescimento da função jornalística racional e tecnicista. Foi no século XVII, na França, que as gazetas começaram a crescer e se expandir dali para todo o continente e o mundo ocidental moderno. Muito do que define o jornalismo moderno, como a busca pela "notícia", começava a tomar conta dos textos escritos com objetivos de informar sobre os acontecimentos sociais. Segundo Sousa, (2008), os livros noticiosos traziam “periodicidade definida e frequente, apresentavam textos simples... normalmente datados e geograficamente localizados (SOUZA, 2008, p.76)”.

A ambição noticiosa presente nas gazetas e jornais do século XVII é um antecedente claro do jornalismo moderno e capitalista que ditou o rumo da profissão nos últimos séculos. Os primeiros jornais e periódicos tinham claro interesse na cobertura de diferentes tópicos e na atenção de vários setores da sociedade.

O aparecimento das gazetas permite afirmar que o jornalismo noticioso é uma invenção europeia dos séculos XVI e XVII, com raízes remotas na antiguidade clássica e antecedentes imediatos na Idade Média e no Renascimento. Não é, portanto, uma invenção norte americana do século XIX, por muito importantes que tivessem sido, como veremos, as contribuições da imprensa popular norte-americana de Oitocentos ao jornalismo (SOUZA, 2008, p.80)

O trecho acima aponta para a noção de que a origem do jornalismo moderno e como ele é conhecido até hoje aconteceu, principalmente, entre o período do iluminismo e em uma sociedade que buscava a verdade e um estilo de vida lógico como o principal motor da evolução. Esse desejo segue fazendo parte das expectativas modernas e éticas do jornalismo.

O século XIX registou o crescimento do estilo jornalístico dos Estados Unidos no mundo inteiro, junto com o crescimento e a expansão de espaço e poder do país no cenário internacional. Em Sousa (2009) é apontado que os direitos à liberdade de expressão naturais da instituição norte-americana foram fundamentais para que o jornalismo tivesse uma “franca expansão e transformação, entrando-se na era do ‘jornalismo industrial’ (SOUSA, 2008, p.135).”

Muitos fatores contribuíram e definiram a industrialização do jornalismo norte-americano. Em Sousa (2008) são apresentados 8 fatores: a urbanização, a socialização da política, a cultura de mercado, a imigração, o clima econômico, a infraestrutura tecnológica e comunicacional, fatores jornalísticos e o clima informático do século XIX. O que liga todos esses pontos é que todos apontam para a evolução do capitalismo e da influência de questões mercadológicas na atividade jornalística.

Em Vichiatti (2005) é feita uma crítica da forma como essa mentalidade toma conta do ensino da atividade jornalística como um todo e como as peculiaridades da informação, e da relação do jornalista com a fonte e seus clientes, são colocadas em segundo plano. O foco deste ensino passa a ser maioritariamente tecnicista, preocupado com a criação de profissionais capacitados para as atividades mecânicas do jornalismo. A mecanização é resultado do grande apelo financeiro que o jornalismo popular começou a gerar a partir do século XIX. Jornais e diferentes meios de comunicação passaram a precisar de profissionais capazes de manter uma “padronização” entre estilos texturais, reportagens e até opiniões. Esse processo é diretamente responsável também pela mudança do papel social do profissional de imprensa.

Com essa reflexão preliminar realizada sobre a história do jornalismo, é possível pensar de forma mais clara sobre o papel do profissional dentro da sociedade como um todo. O jornalismo deve, de muitas formas, refletir o interesse público, e o comprometimento com a verdade é uma das principais questões éticas que devem ser seguidas no exercício profissional. Porém, esse é um cenário ideal, e muitos fatores podem influenciar nesta questão.

O estudo do papel social do jornalismo é fundamental para a explicação e o processo de construção de pesquisas nesta área do conhecimento. A história da

profissão é extensa e a divisão entre a atuação profissional e a epistemologia acadêmica é delimitada claramente para que se possa, dentro desta dissertação, explorar os significados da produção do jornalista e do papel que ele exerce no social.

Partindo de um ponto de vista mecanicista, o jornalista é aquele que produz textos e matérias cobrindo fatos e informações. Em Vicchiatti (2005) o papel do jornalista é, a priori, definido por sua função mecânica e como ela pode levar ao enrijecimento do trabalho do profissional. A crítica quanto a esse tipo de atuação moderna e o ensino do tema é muito importante para a compreensão do significado do conceito de informação para o jornalismo.

A temática da posição da informação dentro do jornalismo e da relação esperada para os profissionais da redação é ampla e muito trabalhada dentro da academia e com ramificações na opinião pública. É a relação entre o informar e o produzir comunicação que faz com que existam críticas quanto à atuação mecanicista do jornalista, principalmente durante o século XX. Por outro lado, seria a verdade a grande obrigação do profissional de redação? Em Marcondes Filho (2016), a comunicação é apresentada como um processo espontâneo e vivo, enquanto a informação é definida como algo fixo, definido.

A informação tem caráter radicalmente conservador; a comunicação, ao contrário, vem para desestruturar. Destruição criativa... Comunicar, assim, é esse mistério, fenômeno insondável pela empiria. (Marcondes Filho, 2016, p. 16 e 17)

Portanto, a dificuldade de dar a informação de maneira técnica é um problema natural do jornalista. Por outro lado, existe uma cobrança social e técnica que espera do jornalista um comprometimento com a verdade e com os fatos, mesmo que esses conceitos sejam difíceis de serem conciliados na comunicação real, e a realidade virtual e constantemente conectada que o final do século XX e começo do XXI transformaram em normal aumentou ainda mais essa dificuldade na atuação jornalística.

A comunicação moderna também carrega outro elemento que deve ser considerado nesta pesquisa: ele tende a necessitar entreter de alguma forma. A busca por patrocinadores e pela atenção do público tem feito redações e meios de

comunicação misturarem de uma maneira bem consistente o jornalismo com a diversão e o entretenimento.

O papel da mercantilização da cultura e do entretenimento como forma de vender e atrair usuários para o jornalismo pode ser vista a partir da ótica da indústria cultural. Em Adorno (2002), a indústria cultural é uma forma de crivo pelo qual todo o tipo de manifestação cultural, midiática ou comunicacional deve ser sujeita antes de chegar ao público. É uma forma de busca pela forma ideal de mercantilização da cultura, para que se consiga os melhores resultados financeiros. A indústria cultural manifesta-se no jornalismo na forma da padronização de matérias, textos e ideais em torno do conteúdo que chama a atenção. É nesse sentido que alguns temas polêmicos ganham mais cobertura de um jornal do que problemas de interesse público, ou que uma opinião é exposta para produzir aquilo que os leitores querem receber.

O jornalismo do século XX é marcado pelo interesse mercadológico, que segue até hoje. O desejo pelo resultado financeiro e a difícil relação entre o jornalista e os desejos traçados por investidores e patrocinadores aumentou ainda mais os riscos éticos da profissão. Em Carlos (2015), a cobertura midiática das manifestações de 2013 são analisadas diretamente com a indústria cultural em mente. Sobre essa teoria, a autora afirma que

Adorno e Horkheimer se referem às técnicas de reprodução como uma ferramenta da Indústria Cultural a serviço da dominação dos povos, que visa unicamente à busca constante do aumento do lucro. Para os autores, há um planejamento calculado, elaborado e muito bem estudado para ludibriar as pessoas e aumentar o público consumidor de bens (CARLOS, 2015, p.137).

O século XXI trouxe o aprofundamento do espaço da mercantilização na cultura e em diferentes formas de comunicação. Os avanços tecnológicos fizeram com que aumentasse a velocidade e a urgência na produção de mensagens rápidas e a competição pelo primeiro lugar na escalada noticiosa é uma prioridade como nunca foi antes. Além disso, trabalhar com os desejos do público em mente é mais importante do

que buscar o interesse público, já que existe a busca pela venda de matérias e pela atratividade de reportagens.

A história do jornalismo mostra as dificuldades e as mudanças da profissão ao longo do tempo. O interesse constante pela verdade e o atendimento ao público segue como uma referência para os profissionais, mas a mudança na perspectiva econômica da profissão levanta questões novas. Como o jornalismo lida com as novas tecnologias e o ambiente da internet? De que forma esses novos interesses conversam com a verdade e com os fatos?

1.2. Webjornalismo: história e impacto social

Foi-se o tempo da máquina de escrever, folhas volantes e da informação impressa em jornais. Atualmente contamos com novos meios, uma velocidade crescente e inimaginável por nossos pais e avós. A internet vem definindo novas regras econômicas, sociais e na comunicação.

A internet foi criada para ser um grande banco de dados, no entanto, hoje seu poder vai muito além de uma nuvem: a internet define o quão rápido os fatos serão conhecidos pelo mundo e a dimensão de poder e influência é descoberta e redescoberta todos os dias.

O chamado "jornalismo online" não é mais do que uma simples transposição do velho jornalismo escrito, radiofônico e televisivo para um novo meio. Mas o jornalismo na web pode ser muito mais do que o actual jornalismo online. Com base na convergência entre texto, som e imagem em movimento, o webjornalismo pode explorar todas as potencialidades que a internet oferece, oferecendo um produto completamente novo: a webnotícia (CANAVILHAS, 2001, p.1).

Com a ascensão do papel de plataformas e meios de comunicação digitais, mudanças estruturais muito claras puderam ser notadas em todo o jornalismo. A relação dos usuários com as notícias, com o tempo de leitura e com o próprio jornalista sofreu grandes alterações. Os grandes jornais tiveram que se adaptar a essa nova realidade, criando portais digitais que traziam parte do conteúdo para a internet. A verdade é que o público mudou sua forma de consumo e não fazia mais sentido manter apenas a frente

impressa como um caminho para atingir resultados. A internet fez com que as linhas definidoras do jornalismo se misturassem mais, inicialmente por uma tendência desta rede de ter um alcance amplo e uma linguagem democrática. Entretanto, a democratização não foi natural, mas sim parte de um processo que levou anos, até décadas. A internet foi criada pelos Estados Unidos, em 1969¹, como um mecanismo de defesa contra possíveis ataques da União Soviética, durante a Guerra Fria. A primeira rede de computadores conectados foi chamada de Arpanet. Ela foi desenvolvida pela Agência de Projetos de Pesquisa Avançada (ARPA), em um projeto que durou quase toda a década de 1960 e tinha como principal objetivo estudar e criar um sistema de interconexão de computadores.

O webjornalismo, como um conceito, surgiu décadas depois, quando a internet começava, também nos Estados Unidos, a tomar tons e direcionamentos comerciais e públicos. Muitas pesquisas e projetos primitivos foram criados, até a criação do World Wide Web (WWW), em 1990. Esse sistema era o ápice de pesquisas que buscavam o compartilhamento livre e direto de arquivos entre máquinas de computação, que estavam evoluindo em qualidade durante aquele período. Sua comercialização fez parte de um processo que já via os personal computers (PC) no mercado e chegando a casa de muitos consumidores. Logo, a informação começou a ser compartilhada entre essas máquinas pessoais.

Em Pena (2005), a abertura da Internet comercial começou a transcorrer no Brasil no mês de maio de 1995. Já neste período, o jornalismo passava por uma mudança em sua estrutura, enxergando na internet como uma possibilidade rentável de expansão e solidificação de marca e público. Essa era a fase dos portais, que traziam os textos exatos do jornal para páginas digitais. Em muitos sentidos, apesar da presença do jornalismo na web, essa fase não representa as características textuais e estruturais do webjornalismo como conhecemos hoje.

Para esta dissertação interessa, de fato, as mudanças estruturais que o jornalismo sofreu dentro da internet e a forma como essas mudanças influenciaram no papel do jornalista, na sua forma de expressão e na relação da noticiabilidade com a

¹ Hauben, 2007.

verdade e com a opinião, questões que serão tratadas mais adiante. Nesse sentido, basta uma definição direta para webjornalismo, que, segundo Reges (2011), pode ser resumida diretamente no fazer jornalismo para a internet. Isso restringe o conceito a materiais feitos especificamente para o meio eletrônico, já que o objetivo nesta pesquisa passa pela compreensão das formas como a web mudou o discurso e a estrutura textual do jornalismo.

A noticiabilidade como um todo mudou seus significados e direcionamentos com o crescimento do webjornalismo. Em Reges (2011), é possível compreender algumas das mudanças que a internet causou no jornalismo e forçou na função de jornalista e dos meios de comunicação. A mudança de linguagem e de objetivos causou mudanças diretas na forma como o jornalismo é desenvolvido. A possibilidade de conectar o texto com som, vídeos, hiperlinks e até com infográficos interativos entregou novas dimensões para o jornal como um todo. Além disso, as redes sociais são importantes novos pontos de discussão e troca de ideias entre jornalistas e público, o que aumenta a dimensão de mudança do webjornalismo.

A forma como o texto é produzido também sofreu grandes alterações. Existe uma mudança na “diáspora comunicacional” (DALMONTE, 2009, p. 120), já que as redes permitem, e até incentivam, a mistura e combinação de diferentes tipos de conteúdos, opiniões e relações com a notícia.

Em Dalmonte (2009), é frisado o fato do webjornalismo não ser um rompimento completo com o jornalismo clássico, mas sim uma renovação. Ele faz acontecer um processo que muda parâmetros e estruturas para que os meios de comunicação melhor funcionem dentro da realidade moderna

A breve história do Webjornalismo tem sua origem numa fase anterior, que prepara as bases para a passagem do impresso para a Web, tendo no processo de informatização das redações o primeiro passo. Desde esse momento, de forma sucessiva, o jornalismo vem passando por transformações que, na fase atual, dão indicativos quanto à consolidação de características próprias (DALMONTE, 2009, p. 121).

Em Mielniczuk (2003), o webjornalismo é definido a partir de seis características fundamentais. Elas são um bom ponto de partida e funcionam perfeitamente para os objetivos e para a compreensão que esta pesquisa busca sobre o tema:

- a) Hipertextualidade: O principal elemento que reforça a evolução do jornalismo na Web. As narrativas podem ser mudadas, adicionadas e até compostas diretamente por essa possibilidade;
- b) Multimedialidade: A presença de vídeos e outras formas de representação dos fatos traz uma nova dimensão ao jornalismo;
Interatividade: O leitor tem um papel mais importante e mais ativo e próximo do jornalismo. Ele torna-se assim um componente que influencia diretamente a formatação dos textos e a forma como os meios se portam, principalmente nas redes sociais.
- c) Personalização: o consumidor de jornalismo pela internet pode fazer uma seleção detalhada de seus interesses, de uma forma que crie uma personalização para o seu consumo e relacionamento com as notícias;
- d) Memória: o que é publicado na Web fica registrado para a eternidade, como uma espécie de backup de notícias;
- e) Atualização contínua: o webjornalismo conta com uma possibilidade que nunca foi possível antes, a edição do material. Novidades, erros e até alguma conclusão podem ser adicionados a textos já postados.

Em Prado (2011), é demonstrado o processo de adaptação e modificação da redação do Jornal Folha de S. Paulo. A empresa passou por uma integração entre a equipe do jornal impresso e a da Folha Online, em 2010, ponto que representou um grande investimento na produção de conteúdo digital. É apontado também em Prado (2011), que essas mudanças não acabam com as obrigações do jornalista de entregar uma boa apuração e um jornalismo preocupado com a verdade, apesar da mudança de linguagem.

O profissional sofreu mudanças claras também. Ele precisa ser capaz de se comunicar com o seu público em canais que vão além do seu canal de comunicação. Em Prado (2011), recebe destaque, dentre as características necessárias desse profissional, sua necessidade de ser multitarefa e capacitado para utilizar muitas linguagens técnicas, como o vídeo, o som e a comunicação dentro das redes sociais. Portanto, as narrativas, e suas estruturas, sofreram grandes mudanças, que interferem diretamente na forma como esse profissional interage com a noticiabilidade e o espaço que será ocupado por sua voz.

Em Lage (2008), é reforçada a clareza dessa necessidade, que ocorre principalmente na forma como o jornalista se comunica com o público e com a sociedade como um todo. O espaço do jornalista ligado ao webjornalismo foi parte de um processo que acabou sendo demorado, complexo e, em grande medida, atrasado exatamente pelas estruturas que guiavam o jornalismo. Exatamente por isso, foi necessária paciência e um processo amplo para a confirmação do espaço dos primeiros repórteres para a web.

Como dito anteriormente, o processo da implementação e ampliação do webjornalismo nos principais meios de comunicação do Brasil e do mundo passou por diferentes processos, e sua linha do tempo tem diferentes relações entre jornalistas e as novidades tecnológicas. Em Reges (2011), o período é separado em quatro que resumem o período e explicam a relação que os jornais e os profissionais tiveram com as redes. Essa compreensão é fundamental para que esta pesquisa possa pensar sobre a forma como o jornalista do século XXI interage com tudo que envolve a profissão. As gerações de acordo com Reges (2011) são:

- a) Primeira Geração (período transpositivo): neste primeiro período, os meios passavam integralmente o conteúdo produzido no impresso ou na rádio para o texto digital, sem mudanças e sem a adição de novos materiais;
- b) Segunda Geração (período perceptivo): surgem aqui os primeiros jornalistas contratados para trabalhar exclusivamente com a internet. Os

links começam a ser usados para conectar textos e aprofundar discussões que o jornal julgava importante;

- c) Terceira Geração (período hipermidiático): a multimídia do jornalismo começa a ser integrada, com a adição de vídeos, sons e diversas outras formas de adicionar profundidade e características únicas da internet ao jornalismo;
- d) Quarta Geração: o papel do leitor nas decisões editoriais do jornal cresce, e os jornais passam a pesar desejos de leitura e temática dentro dos critérios de noticiabilidade.

Em Prado (2011), este processo final da quarta geração é expressado a partir das mudanças na linguagem do jornalismo. A adição dos conteúdos multimídia junto ao texto criaram uma dimensão extra de comunicação que não pode ser ignorada e que provocou novos direcionamentos para a forma como o profissional desempenha o seu trabalho.

Além das mudanças estruturais que dizem respeito a adição e novas formas de comunicação e implicação do texto dentro da internet, mudanças também ocorreram nos textos. Como dito anteriormente, o jornalismo prevê alguns modelos que padronizam a escrita e dão uniformidade no jornal, como é o caso da pirâmide invertida. Em Mielniczuk (2002), a pirâmide invertida é registrada como uma tendência do jornalista de trazer as informações mais importantes antes, e ir depois contando as menos relevantes. É uma tática conhecida e que foi repassada por décadas dentro das principais universidades do Brasil e do mundo. Porém, em Canavilhas (2007), já pode ser visto como o webjornalismo interagiu com esta noção. Os links, a possibilidade de edição do material já publicado auxiliaram para fazer com o que o jornalismo fosse liberto das amarras da pirâmide, em busca de uma aberta. Vários assuntos podem ser elencados de uma maneira direta, e o jornalista pode guiar o leitor mais interessado por essas mídias.

Nas edições online o espaço é tendencialmente infinito. Podem fazer-se cortes por razões estilísticas, mas não por questões espaciais. Em lugar de uma notícia

fechada entre as quatro margens de uma página, o jornalista pode oferecer novos horizontes imediatos de leitura através de ligações entre pequenos textos e outros elementos multimídia organizados em camadas de informação (CANAVILHAS, 2007, p. 30).

As mudanças vistas no webjornalismo fizeram com que, de muitas formas, o jornalismo perdesse parte de sua estrutura firme. Até os jornais impressos, que antes eram publicados inteiramente em blocos, começaram a ser publicados de formas que incentivassem uma maior adaptabilidade e uma relação conectada entre os textos. A noção de conectividade entre textos, temas e ideias tomou conta do jornalismo.

Novas regras também podem ser observadas no que diz respeito a escrita do jornalista para a web. Existe uma discussão sobre como os leitores na internet lidam com textos longos e com matérias de maior fôlego. Em Pena (2005), é defendida a tese que as luzes do monitor incentivam uma leitura mais rápida, portanto a linguagem deve seguir esse padrão. Porém, em 2020, as pessoas estão muito acostumadas com a tela, e a utilizam o tempo todo. Apesar de defender o texto menor na internet, Pena (2005) afirma que o “texto curto não é sinônimo de informação superficial ou incompleta (PENA, 2005, p.186).”

Em Prado (2011), é defendido que a velocidade de publicação dos textos na internet, o que é uma obrigação da internet, já que tudo ocorre muito rápido, pode provocar erros técnicos graves nos conteúdos. Isso é reforçado quando se pensa que é possível fazer a edição do material. A propriedade eterna e sólida do jornalismo perde parte de sua relevância. Soma-se a isso o fato de muitas notícias serem publicadas aos poucos, durante o processo de apuração, e o cenário desenha-se como uma complicada relação entre o jornalista e a própria noção de verdade. Erros iniciais podem ser modificados e apresentados de uma maneira mais clara mais adiante.

Segundo Prado (2011), esse processo humaniza a prática e traz uma dimensão interna do jornalista, fazendo com que ele, de alguma forma, aproxime-se do seu público. Isso somado com o crescimento da interatividade a partir das redes sociais criou uma relação realmente mais próxima da troca de ideias entre jornalistas e seus consumidores. Nenhum espaço é mais claro nesse sentido do que os espaços para

comentários na página de uma notícia ou uma publicação nas redes sociais. Não que a interação com o público seja algo novo na profissão. A comunicação sempre teve essa vocação, já que “tudo começou no jornalismo com a possibilidade de interagir (PRADO, 2011, p.57) ”.

O jornalista está mais próximo do seu leitor não apenas pela possibilidade de interação que é constante e fácil. A aproximação acontece também porque as publicações na internet têm a potencialidade de alcançar diversos lugares com uma velocidade e potencialidade muito maior. Entretanto, essa dimensão também é responsável pelas incertezas quanto à veracidade de publicações e a relação da verdade no jornalismo, já que centenas de jornalistas pequenos conseguem, sozinhos, chegar a um grande público e solidificar uma voz dentro do mercado. Esse ponto vai ser trabalhado mais adiante nesta dissertação, com uma análise da relação do papel da opinião na profissão e dos critérios de noticiabilidade modernizados.

O webjornalismo teve seu começo no Brasil e em Portugal durante a década de 1990, período em que essas tecnologias se popularizaram e entraram no mercado com força e nunca mais saíram. As duas décadas do século XXI viram o crescimento do espaço ocupado pelo jornalismo online e o investimento de empresas nesse tipo de publicação. Além disso, pode-se notar o crescimento de redes e profissionais independentes, que conseguiram ganhar espaço e um público fiel dentro da internet e com a ajuda das redes sociais.

A opinião tornou-se mais importante nesse cenário, em que jornalistas e público estão próximos e interagem constantemente. A opinião ganhou mais espaço, e com ela cresceram as discussões sobre a noção de verdade no jornalismo.

2. A Complexa Relação Entre A Notícia E A Opinião

2.1. Jornalismo opinativo

A nova relação do jornalista com o tempo, o espaço das mídias e com a verdade criou uma nova demanda pela opinião na profissão. Ela sempre existiu em diferentes formas e gêneros jornalísticos, mas no webjornalismo pode se dizer que ela começou a se espalhar em tipos de textos e publicações que, anteriormente, buscavam distanciamento da subjetividade da opinião. Esse aumento no interesse tem muitos fatores, com destaque para a busca de personalidades capazes de vender publicidade e atrair leitores para as páginas digitais de jornais e diferentes meios de comunicação. Porém, o lugar da opinião no jornalismo não é novo e seu papel já foi muito estudado e refletido nas teorias do jornalismo.

O jornalismo opinativo é resultado, em grande medida, da já mencionada industrialização do jornalismo. Os meios de comunicação passaram a, na modernidade, ter uma série de jornalistas que adicionavam diferentes vozes dentro do jornal ou meio de comunicação. Em Melo (2003), esse processo começa com a busca pela separação da opinião dos meios com a opinião dos jornalistas que trabalham na instituição. Surgem dessa separação os quatro gêneros apontados por Melo (2003). Eles funcionam, nesta dissertação, como um ponto de partida para a compreensão do papel da opinião no jornalismo moderno e como ela interage com a notícia, a verdade e os conceitos fundamentais das funções éticas e profissionais do jornalista.

2.1.1. Editorial

Esse modelo é o que resguarda a opinião central do jornal. Entretanto, essa opinião também sofre uma mudança clara no século XXI: ela não é mais, somente, do dono do jornal ou do meio. Uma série de acionistas e influenciadores interferem no resultado do editorial, que muitas vezes reflete na estrutura e na opinião passada pelas lideranças econômicas do meio de comunicação.

Em Melo (2003), destaca-se nos editoriais a relação conturbada que esse formato textual tem como situações e definições políticas. O editorial passa a ser, em grande medida, uma tomada de posição institucional do jornal, site ou outro tipo de meio. É uma forma de passar uma mensagem para as lideranças políticas e para toda a comunidade em que o meio está inserido.

E não se trata de uma atitude voltada para perceber as reivindicações da coletividade e expressá-las a quem de direito. Significa muito mais um trabalho de 'coação' ao Estado para a defesa de interesses dos segmentos empresariais e financeiros que representam (MELLO, 2003, 105).

Os meios de comunicação usam de seu poder de influência e da função social que desempenham para, a partir do editorial, buscar exercer sua força sobre as decisões sociais. Por isso, o papel de investidores nas decisões em torno dos editoriais é fundamental na compreensão do valor que esse gênero de jornalismo opinativo tem para o jornalismo moderno.

Quanto à forma, o editorial segue um padrão estabelecido e que dificilmente varia entre jornais e meios. Em Beltrão (1980), são apresentados os seguintes quatro pontos que determinam e definem um editorial:

- a) Impessoalidade: como o resto do jornalismo moderno, o editorial utiliza de uma linguagem impessoal e direta. Isso porque, mesmo sendo uma opinião, o editorial tem um carácter institucional.
- b) Topicalidade: o editorial costuma tratar de um tema específico e importante para a comunidade em que o jornal está inserido. Grandes acidentes, decisões políticas e acontecimentos que chamam por um posicionamento costumam pautar um editorial.
- c) Condensabilidade: a realidade do jornalismo moderno pede que os editoriais sejam rápidos e diretos ao ponto. É fundamental manter a atenção do público, e nada melhor para isso do que a produção de textos rápidos e coerentes.
- d) Plasticidade: o texto jornalístico deve, por natureza, ser moldável. Ser capaz de lidar com diferentes públicos e setores da sociedade é uma peça

fundamental para o sucesso de um editorial, tanto com os leitores como para atingir os objetivos políticos e administrativos da empresa.

2.1.2. Comentário

O crescimento do editorial e a chegada de novos jornalistas nos grandes meios de comunicação gerou a necessidade de dar mais espaço para a opinião de outros jornalistas. Isso reforçou ainda mais o papel político e social do editorial e permitiu que o meio pudesse criar seções em que a responsabilidade pela opinião projetada fosse apenas do jornalista que escreveu.

O comentarista carrega uma opinião comumente mais implícita do que um editorial. Ele costuma guardar suas opiniões na forma como conta uma história ou nos raciocínios que são traçados a partir de um acontecimento.

O comentarista não é um julgador partidário, alguém que faz proselitismo ou doutrinação. É um analista que aprecia os fatos, estabelece conexões, sugere desdobramentos, mas procura manter, até onde é possível, um distanciamento das ocorrências (MELLO, 2003, 112).

Existem três tipos de comentário, segundo Castelli (1981) que reforçam o papel desse gênero de jornalismo opinativo como uma forma de cobrir um evento adicionando a opinião de um jornalista:

- a) **Análise de um problema:** o jornalista comenta sobre um problema específico. Pode ser uma forma do jornal utilizar a força de um jornalista para ampliar o editorial ou trazer outras pautas políticas para o conteúdo.
- b) **Documentação de um fato:** na hora de cobrir um acontecimento marcante, o jornalista acrescenta sua opinião, de uma maneira que enriqueça o conteúdo e traga um valor exclusivo de seu meio.
- c) **Crítica de uma situação:** um caso que incomoda o jornalista ou representa um problema recorrente no país ou na cidade, pode ser tratado por meio de um comentário com bastante opinião sobre a questão.

2.1.3. Artigo

No jornalismo brasileiro, o artigo é um gênero bem específico para a expressão da opinião de jornalistas. Ele é definido como um texto jornalístico em que o profissional desenvolve uma ideia e traz alguma conclusão, em forma de opinião. Esse modelo é usado no mundo inteiro, mas o nome artigo não é universal. Em muitos lugares do mundo, o artigo pode ser visto como um gênero dentro do comentário. Já nos Estados Unidos, esse tipo de formato é conhecido como “formal essay²” (MELO, 2003, p.112). Apesar disso, continua sendo o procedimento de chegar a uma conclusão a partir de uma ideia.

As semelhanças desse modelo textual com o artigo acadêmico são tantas que, além de jornalistas, muitos especialistas em diferentes áreas acabam escrevendo artigos para jornais e meios de comunicação. Isso porque o processo de chegar a uma conclusão a partir de uma ideia inicial é comum aos dois universos.

O artigo é um formato muito bom para tratar de temas mais teóricos e questões sociais que pedem um exame mais calculado e pensado. É uma boa alternativa também para o jornalismo na web, já que esse tipo de texto pode ser atraente para diferentes tipos de leitores.

2.1.4. Resenha ou crítica

A resenha é a crítica de uma obra literária, musical ou cinematográfica. Os críticos costumavam ser, no jornalismo impresso, especialistas em algumas dessas áreas que, em muitos casos, tinham experiência atuando diretamente com músicas, filmes ou com a literatura. Com o crescimento do web jornalismo e o crescimento de espaços para outras formas de jornalismo em meios digitais, percebe-se um claro crescimento de resenhas no jornalismo no Brasil e no mundo inteiro. Alguns blogs e novas plataformas deram espaço para jornalistas com pouca experiência prática produzirem resenhas sobre conteúdos culturais. Essa mudança aumentou ainda mais o espaço na opinião jornalística na relação de consumidores e críticos com as resenhas.

² *Ensaio formal*, em Português.

A indústria cultural também causou uma clara mudança na relação da resenha com o processo crítico. Obras de arte deixaram de ser analisadas, para dar lugar a críticas de produtos mercadológicos, como filmes de Hollywood. Essa mudança, segundo Melo (2003) aproximou ainda mais este texto opinativo com os costumes de consumo dos leitores. Uma crítica positiva pode fazer com que milhares de pessoas resolvam comprar ou consumir um produto que nem conheceriam de outra forma. Na era da internet, existe grande interesse na busca por resenhas de produtos antes de efetuar uma compra ou realizar o consumo do conteúdo.

Essa relação tem criado questionamentos éticos envolvendo a relação de jornalistas com patrocinadores e com produtos. Essa discussão não é relevante para esta pesquisa, mas aponta um dos fatores para o problema que será tratado mais adiante.

Os quatro formatos acima foram formulados desta maneira por Melo (2003) são importantes para a compreensão do espaço que a opinião ocupa no jornalismo moderno. Porém, a crônica é um modelo opinativo muito importante, que reúne a literatura com jornalismo e deve ser tratada para entender as minúcias do jornalismo moderno.

2.1.5. Crônica

A crônica é a mais tradicional entre as formas de utilização da opinião no jornalismo. Em Beltrão (1981), aponta-se para uma perda de força desse estilo jornalístico durante a revolução industrial, devido ao crescimento da estruturação e padronização dos textos em jornais e diferentes meios de comunicação. As características mais pessoais e informais da crônica, que aproximam esse tipo de texto da literatura, não faziam sentido durante este processo.

Pertencendo especificamente à categoria estética expositiva, a crônica tem por objetivo interpretar um tema, utilizando argumentos, ora lógicos, ora sugestivos e persuasivos, em um conjunto ordenado para levar o leitor à aceitação do juízo último (BELTRÃO, 1980, p.69).

A crônica, portanto, é uma argumentação sobre um tema ou uma questão social de impacto na comunidade em que o meio de comunicação e o jornalista estão

inseridos. Por esse motivo ela é, naturalmente, uma exposição de ideias e opiniões, de forma direta e extremamente pessoal. O ponto interessante da crônica é que ela traz, em sua narrativa e modelo textual, uma linguagem que destaca-se dentro do meio de comunicação. O autor de uma crônica manifesta-se em primeira pessoa e deixa muito claro que o texto contém, essencialmente, suas próprias opiniões sobre o tema.

Pelas suas características, sempre existiram comparações entre a crônica e a literatura. Afim, esse tipo de texto opinativo é feito com a estrutura textual em mente, sempre pensando na produção de um conteúdo qualificado. O que marca a crônica como jornalismo, entretanto, é que ela objetiva gerar uma mudança social de fato e integrada junto à comunidade. Em Beltrão (1980), a finalidade da crônica é definida como uma busca por ações sociais. As ideias do cronista “fortalecem correntes de opinião e conduzem a comunidade à ação” (BELTRÃO, 1980, p.70).

2.2.A era das fake news

O ressurgimento da opinião no webjornalismo levantou questões muito profundas sobre a relação do jornalista com a verdade e os limites da opinião. Neste sentido é necessário, mesmo que de forma breve, estabelecer as principais características da fake news moderna como ela é definida dentro do jornalismo moderno e das mídias sociais como um todo. Em Recuero e Gruz (2019), o conceito de fake news é definido, a priori, como desinformação. Essa ideia parte de meios de comunicação e líderes políticos influentes nas últimas décadas, porém, o termo é mais amplo e precisa de uma definição mais delimitada.

Para Shu *et al.* (2017), dois pontos fundamentais demarcam o conceito de fake news moderno:

- a) a fake news precisa ser uma notícia possível de ser negada e desmentida. Com essa clareza quando a falsificação dos fatos, pode se julgar a mentira a partir de seus objetivos;
- b) Essa mentira deve ser construída e publicada com uma clara intenção de gerar confusão ou promover alguma mentira. O autor da fake news sabe que sua fala

é fácil de ser desmentida e mesmo assim mantém esse ponto de vista para refletir seus objetivos mais amplos.

Em Shu et al. (2017) esses dois pontos podem ser resumidos nos termos *autenticidade* e *intenção* (SHU ET AL., 2017, p.2), que servem como pilares para o entendimento e a identificação de fake news. Esses ponto de partida serve para retirar da conceitualização de fake news às sátiras, os rumores que não partiram de publicações jornalísticas, as teorias da conspiração, as mentiras que são resultado da desinformação e os *hoaxes*, que servem mais para ataques pessoais.

A presença das fake news na mídia tradicional não é um fenômeno novo, mas o seu crescimento em relevância pode ser considerado como um problema do século XXI. As redes sociais são analisadas em Shu et al. (2017) como um espaço que serviu como base para a disseminação de muitas fake news a partir de contas falsas. Esse tipo de permissividade deu espaço para que pessoas mal intencionadas criassem propagandas fantasiadas de jornalismo. Outra questão apontada como propiciada para o crescimento de fake news dentro das redes sociais é são as câmaras de eco (SHU ET AL.. 2017, p.4) que geram espaços em que alguns líderes de opinião e compartilhadores de mentiras controlem o tipo de informação que chega a um certo grupo. Esses espaços são muito propícios e fake news crescem vertiginosamente e se solidificam como “verdades” para quem consome esses conteúdos.

Essa definição, mesmo que básica, de fake news, é fundamental para a compreensão da relação entre opinião e mentira dentro do jornalismo. Junto com as redes sociais, muitos canais e jornalistas opinativos receberam espaços para publicação de suas ideias e opiniões que eles não tinham acesso anteriormente. Esse é um dos pontos que reforça a confusão entre a verdade, a notícia, a opinião e as fake news.

2.3.Critérios de noticiabilidade

Para poder analisar o conflito das narrativas nos ciberjornais, recorreremos ao conceito de notícia e aos critérios de noticiabilidade, valores jornalísticos que definem se um acontecimento será noticiado ou não, conforme Nelson Traquina e Mauro Wolf

abordam em suas obras. Neste capítulo vamos refletir sobre esses temas no interesse de nossa pesquisa.

Para Nelson Traquina (2008), a visão que os jornalistas têm sobre o que é notícia é simplista e minimalista. Ele afirma que os valores notícia são um aspecto fundamental da cultura profissional o que se revela nos estudos sobre os conteúdos noticiosos, em que as notícias apresentam um padrão, que as torna previsíveis. Traquina destaca:

A previsibilidade do esquema geral das notícias deve-se à existência de critérios de noticiabilidade, isto é, à existência de valores-notícias que os membros da tribo jornalística partilham... Assim, os critérios de noticiabilidade são o conjunto de valores-notícia que determinam se um acontecimento, ou assunto, é susceptível de se tornar notícia, isto é, de ser julgado como merecedor de ser transformado em matéria noticiável e, por isso, possuindo “valor-notícia”. (TRAQUINA, 2008 p. 63)

O autor destaca os valores-notícias como um elemento central da cultura jornalística e que já perdura há muito tempo. Ele reconhece esses valores na história do jornalismo, nas “Folhas volantes” que antecederam o jornal, nas quais os principais valores notícia eram o insólito, acontecimentos que produziam espanto, maravilha ou surpresa. Notícias que envolviam assassinatos, possíveis milagres e as guerras eram recorrentes, comprovando a sua ideia da perpetuação dos valores notícias para a atualidade.

Segundo Traquina, os valores notícias podem ser divididos entre valores notícias de seleção, que são substantivos e contextuais. São critérios de seleção substantivos, aqueles que dizem respeito ao acontecimento em si, a *morte*, ou seja, a morte sempre é notícia, a *notoriedade* que é basicamente a visibilidade das “estrelas”, a *proximidade*, em termos geográficos e também culturais, a relevância, ou seja, o impacto que o acontecimento pode trazer para a vida das pessoas, a *novidade*, o *tempo* que é um valor-notícia na forma de atualidade e que também pode servir como gancho, a *notabilidade* que é a qualidade de ser visível e tangível, o inesperado, isto é o que interrompe e surpreende a comunidade jornalística, o *conflito* ou *controvérsia* que seria basicamente, por exemplo, a violência física ou verbal entre políticos e a *infração* que seria a transgressão das regras.

Os valores notícias de seleção segundo critérios contextuais são os que dizem respeito ao contexto do processo de produção da notícia e não às características do acontecimento como os substantivos. Os subgrupos contextuais podem ser divididos em *disponibilidade*, que é a facilidade para a cobertura do acontecimento, o *equilíbrio*, ou seja, a quantidade de notícia sobre o assunto que já foram veiculadas, a *visualidade* que é a existência de elementos visuais, a *concorrência*, que seria a veiculação do furo e o *dia noticioso* que são os dias ricos em acontecimentos com valores notícias, ou seja, se existe um evento de grande valor noticioso marcado para um dia em que acontece, por exemplo, uma catástrofe, o evento mesmo tendo grande relevância noticiosa é esmagado pelo acontecimento mais “importante” de ser veiculado, de acordo com Traquina (2008).

Existem também os valores notícia de construção, que são os critérios de seleção dos elementos dentro dos acontecimentos relevantes a serem incluídos na elaboração da notícia, que podem ser de *simplificação*, ou seja, uma notícia fácil e compreensível, a *amplificação* que destaca notícias que amplificam o acontecimento, a *relevância* que se caracteriza pelo sentido que a notícia dá ao acontecimento, a *personalização* quanto mais personalizado é o acontecimento maiores as chances de ser notado, a *dramatização* que é caracterizada pelo reforço de aspectos emocionais e a *consonância* que significa que quanto mais a notícia insere o acontecimento numa “narrativa” que já se estabeleceu, mais possibilidades a notícia tem de ser notada.

Conseguimos identificar através dos diversos tipos e subgrupos de valores notícia na maioria das vezes a existência de dois ou mais valores em notícias que ganham mais espaços nos principais veículos de comunicação, não diminuindo e nem desacreditando modo de se fazer “jornalismo” mas destacando valores que já se misturaram ao comum, ou seja, a presença constante de mais do mesmo. Ainda que exista a busca pelo “furo” das reportagens, é como se todos caminhassem em blocos para um mesmo tipo de veiculação. Mas não somente dos valores notícia depende o processo de seleção das notícias, como destaca Traquina:

Embora os valores notícia façam parte da cultura jornalística e sejam partilhados por todos os membros desta comunidade interpretativa, a

política editorial da empresa jornalística pode influenciar diretamente o processo de seleção dos acontecimentos por diversas formas... A criação de espaços regulares, como suplementos e rubricas/seções, tem consequências diretas sobre o produto jornalístico de uma empresa porque a existência de espaços específicos sobre certos assuntos ou temas estimula mais notícias sobre esses assuntos ou temas, porque tais espaços precisam ser preenchidos. (TRAQUINA, 2008 p. 93).

O autor aponta para a existência dos critérios de noticiabilidade, porém quando se faz a pergunta sobre o que é notícia, ele responde: “Não há regras que indiquem os critérios que têm prioridade sobre os outros, mas os critérios de noticiabilidade existem, duradouro ao longo dos séculos” (TRAQUINA, 2008, p. 96).

Outro autor utilizado como base para este trabalho é Mauro Wolf. Segundo Wolf (2003) a noticiabilidade é constituída pelo conjunto de requisitos que se exigem dos fatos, do ponto de vista da estrutura de trabalho nos órgãos de informação e dos jornalistas, para que o acontecimento se torne notícia.

As notícias são aquilo que os jornalistas definem como tal. Este assunto raramente é explicitado, visto que parte do *modus operandi* dos jornalistas é que as coisas acontecem “lá fora” e eles limitam-se simplesmente a relatá-las. Afirmar que fazem ou selecionam arbitrariamente as notícias seria contrário à sua posição epistemológica, uma teoria do conhecimento implícita, construída a partir de procedimentos práticos para resolver exigências organizativas. (ALTHEIDE, apud WOLF, 2003 p. 83).

Isso quer dizer que as notícias dependem de um grau de percepção subjetiva do jornalista, forjado na prática da profissão. Mas Wolf (2003) acrescenta ainda outro aspecto, que tem a ver com a forma como o órgão informativo se estrutura e organiza a sua rotina produtiva:

Segundo esta perspectiva, faz notícia aquilo que, depois de tornado pertinente pela cultura profissional dos jornalistas, é susceptível de ser trabalhado pelo órgão informativo sem demasiadas alterações e subversões do ciclo produtivo normal. É óbvio que, no caso de acontecimentos excepcionais, o órgão de informação tem a flexibilidade necessária para adaptar os seus procedimentos à contingência da situação. Todavia, a noticiabilidade de um facto é, em geral, avaliada quanto ao grau de integração que ele apresenta em relação ao curso, normal e rotineiro, das fases de produção. (WOLF, 2003, p. 83).

Segundo Wolf (2003), um dos componentes da noticiabilidade são os valores notícias e esses valores respondem a seguinte pergunta: Quais os acontecimentos são

suficientemente interessantes, significativos, e relevantes para serem transformados em notícia?

Os valores notícias derivam de pressupostos implícitos ou de considerações relativas que podem ser divididas em: *características substantivas das notícias* e *características relativas ao meio de comunicação*. *Características substantivas das notícias* seria a importância e o interesse que essa notícia pode gerar e que pode ser determinada a partir de quatro variáveis:

- a) O grau e nível hierárquico dos indivíduos na notícia;
- b) O impacto sobre a nação e sobre o interesse nacional;
- c) A quantidade de pessoas que o acontecimento envolve;
- d) A relevância e significatividade do acontecimento quanto à evolução futura de uma determinada situação.

Além da disponibilidade do material e os critérios relativos ao produto informativo, que seria uma questão de produção, ou seja, o quão acessível esse acontecimento é para os jornalistas, quando se refere à disponibilidade e quando se refere ao produto, ligando-se à escolha mais ampla possível dos acontecimentos do dia, já que essa escolha seria a mais representativa dos fatos.

Os pressupostos implícitos ou de considerações relativas também dependem de *critérios relativos ao meio de comunicação*, ou seja, a quantidade de tempo que a transmissão de uma notícia pode ocupar depende, em geral, menos do seu assunto do que do modo como é apresentada. Os critérios relativos ao público, que é basicamente informar o público e não satisfazê-lo, é o que diz respeito à imagem que os jornalistas têm acerca dos destinatários. E o outro valor notícia é a concorrência, que diz respeito às relações entre os *mass media* existentes no mercado informativo.

Todos os dias, milhares de fatos ocorrem, mas o que torna tal acontecimento importante para ser veiculado? Wolf (2003) afirma que as informações devem cumprir algumas obrigações para se tornarem notícias:

- a) devem tornar possível o reconhecimento de um fato desconhecido como acontecimento notável;
- b) devem elaborar formas de relatar os acontecimentos que não tenham em conta a pretensão de cada facto corrigido a um tratamento idiossincrático;
- c) devem organizar, temporal e espacialmente, o trabalho de modo que os acontecimentos noticiáveis, possam afluir e ser trabalhados de uma forma planificada. (WOLF, 2003, p. 82).

Wolf cita observações de Findhal e Hoijer, autores que defendem a ideia de que o jornalismo rádio televisivo permanece a um nível superficial e a-contextual na veiculação de notícias. As notícias com um pouco mais de aprofundamento se tornam desprovidas de sistematicidades ou pouco incisivas, onde as causas e as consequências dos fatos quase não são mencionadas, ou quando são, de forma breve, deixando na memória do espectador, apenas a localização, os indivíduos, os personagens públicos, informações que ganham destaque nas notícias (Findhal & Hoijer *apud* WOLF, 2003, p. 84).

As características de reportagens apresentadas atualmente dificultam o aprofundamento dos acontecimentos, “a noticiabilidade, portanto, constitui um elemento da distorção involuntária contida da cobertura informativa do *mass media*”, como afirma Wolf (2003, p. 84.).

Isso tem consequências para a nossa análise, visto que se as reportagens são, de certa forma, superficiais, as visões do interlocutores ficam mais óbvias sob certos critérios de noticiabilidade e sob certas circunstâncias relacionadas não tanto ao interesse do telespectador, mas ao interesse da emissora de que o telespectador fique informado de determinado acontecimento.

2.4. As notícias e o ciberjornalismo

Já entendemos a importância do ciberjornalismo na mudança do nosso hoje, a evolução é exponencial e ainda temos muito o que analisar para que possamos perceber

esses avanços e as influências do mesmo no nosso dia a dia, a grande mudança comunicacional da atualidade, o jornalismo online.

O ciberjornalismo possibilita através de suas características de convergência; interatividade; hipertextualidade; personalização; instantaneidade, além de aspectos específicos no discurso; uso de imagens; vídeos; gráficos, uma certa aglomeração do jornalismo feito até então. O que não caracteriza uma superioridade com relação ao jornalismo de outras gerações, como destaca Palácios:

Preliminarmente, é importante que se estabeleça uma premissa básica que afaste qualquer tentação de se considerar que a Internet, ou outros suportes telemáticos, estejam a se constituir em oposição e em um movimento de superação dos formatos mediáticos anteriores. Faz-se necessário um aprofundamento da compreensão teórica das Novas Tecnologias de Comunicação (NTC), visando a eliminação da falsa oposição algumas vezes criada entre as chamadas Mídias Tradicionais ou de Massa e as NTC, que tem levado, em alguns casos, a uma visão evolucionista bastante simplista e à afirmação de um certo triunfalismo tecnológico (Palácios, 2001 p. 4).

Além do relacionamento com o leitor ser mais próximo através da interatividade, outra potencialidade da web é o alcance de publicações, diferentemente dos outros veículos comunicacionais, a internet possibilita uma maior disseminação de conteúdo. No entanto, apesar de sua capacidade o ciberjornalismo enfrenta muitas dificuldades na certeza da veracidade dos fatos, um pouco função de umas de suas principais características, a instantaneidade, como comenta Bastos:

O rigor na verificação dos factos foi outro dos pilares diluídos. Proceder à verificação de factos num ambiente de deadline contínuo, como é aquele que marca o ritmo informativo na Web, torna-se uma tarefa sobremaneira difícil de levar à prática e de rotinizar. Verificar exige proceder a contactos com colegas e fontes, pesquisas documentais, consultas de arquivos, cruzamentos. São tarefas que consomem muito tempo. Ora, também por pressão concorrencial, em que “ganha” aquele que der primeiro, tempo é o que menos dispõe o ciberjornalista, que, como agravante, tem por vezes vários ecrãs abertos em simultâneo no seu monitor a exigir-lhe resposta e ação imediata (BASTOS, 2012, p.4).

Na ocasião em que Bastos fez essa declaração, ainda não tínhamos nos deparado com a grande ruptura da comunicação no ciberjornalismo. As fake news e o jornalismo de opinião / assessoria feito nos últimos anos trouxeram consequências mundiais que interferem em processos eleitorais, em blocos econômicos e na vida de bilhões de pessoas. E o insólito discutido por Traquina em relação ao que produz espanto,

maravilha ou surpresa também passa a ser utilizado em grandes escalas como uma forma de manipulação da verdade.

Se por um lado analisamos o ciberjornalismo como difusão da informação, conseguimos também perceber o quanto as facilidades para o acesso às informações causam o tipo de problemática que visamos analisar. Além do que o leitor assume uma posição ativa, intervindo no processo de completo da informação, desde a produção até os locais onde a mesma pode chegar. Como comenta Amaral:

A aceleração da era da Cibercultura produz novos espaços e novas esferas. A multiplicação da velocidade da comunicação traduz-se num espaço onde se inscrevem infinitas tribos de interesses e inúmeros significados compartilhados. Neste sentido, o turbilhão caótico que é a rede interfere diretamente na produção de informação. A mensagem jornalística, enquanto produto, é afectada pela introdução da interacção directa na comunicação. A interactividade interfere com os processos de produção e de recepção de informação online, mas não é condição determinante que seja a alteração do primeiro a redefinir o segundo (AMARAL, 2005, p.8).

2.5.A opinião dentro da notícia

Os critérios de noticiabilidade são importantes pontos de partida na análise sobre o que define uma notícia e o caminho traçado por um jornalista para chegar nessa noticiabilidade. A questão, aqui, não é diretamente sobre a informação ser verdadeira ou não, mas se ela parte dos interesses e preferências do jornalista. O espaço que a opinião pode ocupar em decisões editoriais ou na formação de pautas e caminhos para o jornal deve ser pensada e registrada. Isso porque eles podem justificar e exemplificar a formação da opinião no webjornalismo e como o próprio conceito de noticiabilidade pode ser dependente das subjetividades dos profissionais.

Em Venâncio (2008), é analisada e pesquisada a relação entre as opiniões editoriais de um jornal com as notícias do jornal. Considerando a questão dos transgênicos, é possível notar em Venâncio (2008) a forma como as opiniões de um meio interferem, mesmo que indiretamente, no que acaba virando pauta para a publicação. Os responsáveis pelas tomadas de decisão nos editoriais são, muitas vezes, também os responsáveis por passar pautas e definir o caminho de uma reportagem.

O que nos interessa é perceber se, através do material noticioso, os jornais transmitem a opinião do corpo editorial sobre a questão dos transgênicos. Para tanto, buscaremos aqui uma metodologia combinada. Da área do Jornalismo Comparado, utilizaremos o método de estudo das fontes desenvolvido por Jair Borin em seu doutorado sobre a presença de lobbies no material noticioso brasileiro (VENÂNCIO, 2008, p.2).

Não entra aqui em questão a atual luta do jornalismo contra as fake news, já que a questão não tem a ver com a verdade das histórias, mas o processo de seleção do que se torna notícia. É possível pensar que o “valor noticioso” de um acontecimento também é sujeito a questões de opinião?

Segundo Venâncio (2008), é possível notar a forma como a linha editorial de um meio de comunicação acaba interferindo na escolha das pautas e na forma como o tema é tratado em outras matérias. Isso não é uma escolha maliciosa do jornal ou da plataforma, ou algum tipo de manipulação forçosa, mas uma forma natural de manifestação da subjetividade do jornalista e do meio como um todo.

O crescimento do espaço destinado a opinião dentro do jornalismo mudou algo na forma como as notícias são selecionadas e pautadas? Esse ponto é fundamental para essa dissertação porque ele reflete parte do problema traçado aqui. O webjornalismo abriu portas para muitos jornais, empresas e jornalistas que fazem o trabalho de forma independente e que, em grande medida, tem a opinião e a notícia funcionando de uma maneira muito próxima. Como esses meios de comunicação virtuais apostam muito na personalidade e na influência de jornalistas para ganhar espaço, a opinião também está inserida em todo o time de jornalismo.

Inicialmente, portanto, deve-se definir como essa relação é traçada. No Brasil, o Manual da Redação da Folha, composta pelo jornal Folha de São Paulo em 2001, é uma referência importante para jornalistas em todo o país. Destaca-se o seguinte trecho sobre o papel da objetividade no jornalismo:

Não existe objetividade em jornalismo. Ao escolher um assunto, redigir um texto e editá-lo, o jornalista toma decisões em larga medida subjetivas (...). Isso não o exime, porém, da obrigação de ser o mais objetivo possível. Para relatar um fato com fidelidade, reproduzir a forma, as circunstâncias e as repercussões, o jornalista precisa encarar o fato com distanciamento e frieza, o que não significa apatia nem desinteresse. (FOLHA DE S. PAULO, 2001, p. 45-6).

Essa passagem é importante porque sinaliza para o fato de que, mesmo no jornalismo clássico, a opinião, ou pelo menos a posição política do jornalista. Ou seja, a questão da opinião também interfere nos critérios de noticiabilidade, e a tendência é que no webjornalismo isso seja ainda mais forte e relevante dentro dos meios online.

O fato da subjetividade jornalística ser algo reconhecido e, até certo ponto, natural da profissão, não apaga com os questionamentos éticos envolvendo a posição do jornalista e dos meios quanto aos posicionamentos e definição pautas. O webjornalismo acabou acirrando ainda mais essa discussão, e fazendo com que essa linha se tornasse ainda mais tênue. Nesse sentido, o conceito de pós-verdade surgiu como uma forma de definir algumas dessas questões.

Em Genesini (2018), o autor pontua como é uma ilusão acreditar que fake news e pós-verdade existem apenas na atualidade ou que são um fenômeno do globalismo ou da internet. Como dito anteriormente nesta dissertação, a verdade sempre foi sujeita a opinião, e o processo de definição das notícias e os critérios de noticiabilidade passam pelos mesmos critérios. Também em Genesini (2018), o autor reforça que também uma ilusão acreditar que algum dia esse tipo de prática vai acabar ou que a sociedade alcance um respeito completo a “verdade.” Isso porque a subjetividade na leitura, no entendimento e na recepção de histórias e acontecimentos é inevitável na criação do jornalismo, mesmo para os bem intencionados.

Em suma, quem sustenta que as notícias falsas são responsáveis por estarmos vivendo em um mundo pós-verdadeiro acha que antes havia um mundo em que a verdade existia e era objetiva. O real é que tal mundo nunca existiu. A impossível e improvável expectativa de que algum dia as notícias falsas desaparecerão não trará de volta o nirvana de uma verdade perdida que nunca houve. A verdade, quase sempre, é subjetiva e não conhecível (GENESINI, 2018, p.48)

O processo de definir quais notícias são verdadeiras e quais não alcançam esse critério é muito complexo, e por vezes vai além de análise simples e interpretações textuais. Em Genesini (2018), é apontado também como a definição da verdade depende de vários pontos contextuais que definem o rumo de uma história noticiosa e são importantes na delimitação do que é escrito pelo jornalista.

3. Metodologia

3.1. Abordagem e método de pesquisa

A abordagem utilizada nesta pesquisa é qualitativa e usamos o método da análise de conteúdo para o tratamento e a exploração do material coletado dentro das perspectivas encontradas no material teórico. Essa escolha justifica-se pelas características do material e da busca que essa pesquisa quer realizar nos textos, buscando identificar significados dentro dos textos jornalísticos na internet.

A pesquisa qualitativa acontece quando se busca por “qualidade” dentro dos textos. Nas ciências humanas, a qualidade pressupõe a busca pela compreensão do texto levando em consideração o contexto e outros fatores que envolvem o material analisado. Segundo Flick (2008), a qualidade prevê que o pesquisador encare o material encare o material com neutralidade e construa sua análise a partir de uma perspectiva que depende e varia da área. No caso do jornalismo e desta pesquisa, a pesquisa qualitativa é uma ótima opção para estudar textos oriundos de jornais. Em uma definição mais direta, Groulx (2014) afirma que a pesquisa qualitativa não trabalha com números, enquanto a quantitativa foca nesse tipo de análise. Como queremos buscar a essência de matérias jornalísticas, apenas qualitativa será utilizada.

Nesta pesquisa, utilizamos a análise de conteúdo para trabalhar com o material coletado em portais de webjornalismo do Brasil, no período que abrangeu a chegada do novo coronavírus no país, mais especificamente na última semana de março de 2020. Nosso embasamento metodológico encontra-se no trabalho de Laurence Bardin, que é referência na aplicação das técnicas de Análise de Conteúdo na investigação psicossociológica e nos estudos das comunicações de massas. Em Bardin (1977), a autora descreve a evolução da análise, delimita seu campo e diferencia de outras práticas, além de mostrar ao leitor alguns exemplos de análises. Em um segundo momento a autora descreve métodos para aplicação da prática e finaliza apresentando técnicas para esta aplicação.

Segundo Bardin (1977), a análise de conteúdo é: “um conjunto de instrumentos metodológicos em constante aperfeiçoamento, que se aplica a discursos e conteúdos extremamente diversificados” (BARDIN, 1977, p. 9). Bardin ainda acrescenta:

De fato, se nos tentamos distanciar em relação aos métodos de análise de conteúdo e ao domínio em que estes podem ser explorados, apercebemo-nos de que o campo de aplicação é extremamente vasto. Em última análise qualquer comunicação, isto é, qualquer transporte de significações, de um emissor para um receptor controlado ou não por este, deveria poder ser escrito, decifrado pelas técnicas de análise de conteúdo (BARDIN, 1977, p. 32).

No presente trabalho, a teoria será utilizada inicialmente no tratamento descritivo das matérias envolvendo a cobertura da pandemia no novo coronavírus em meios de comunicação. Esta teoria servirá como base para a leitura do material coletado na busca de características específicas da opinião de jornalistas dentro desses sites.

3.2.Amostra

Para alcançar os objetivos, foram coletadas matérias de três meios de webjornalismo no Brasil: O Antagonista, G1, e Brasil 247. Os três portais criaram seções específicas para a cobertura do novo coronavírus em que é possível delimitar a cobertura e definir o tipo de texto que serve para esta pesquisa. Como essa delimitação é similar nos três, apenas textos em seções específicas foram considerados. O tempo delimitado foi de uma semana, entre 23 de março de 2020 até 30 de março de 2020. Essa seleção se deu pelo fato de que no dia 23 o site do Brasil 247 começou, oficialmente, a publicar em uma seção específica sobre a pandemia. Como tanto G1 como O Antagonista já faziam essa cobertura anteriormente, a semana do dia 23 de março é a primeira com os três meios atuando de forma similar.

3.2.1. O Antagonista

Formado em 2015, pelos jornalistas Diogo Mainardi e Mario, O Antagonista não esconde o foco de sua redação na imagem e na opinião de seus dois fundadores principais. Mario e Diogo passaram por diversos meios de comunicação do Brasil, como

a própria Rede Globo. Quando ambos se viram sem emprego, resolveram começar um projeto completamente pensado para o webjornalismo, e o resultado foi O Antagonista.

Figura 1: O sobre de O Antagonista



Diogo Mainardi + Mario Sabino, os antagonistas

— O ex-redator-chefe da Veja Mario Sabino e o ex-colunista da Veja Diogo Mainardi se juntam para fazer O Antagonista... Que tal?

A figura 1 demonstra como a imagem dos fundadores é tão importante para a identidade jornalística de O Antagonista. O sobre, página comum em portais online que apresenta a história e a missão do meio de comunicação é, neste caso, focada completamente na imagem de Diogo e Mario. E a explicação da origem também conta a história dos dois, e com uma missão clara do portal: ser um antagonista aos meios de comunicação tradicionais.

Os textos presentes na sessão do novo coronavírus datam de antes mesmo da chegada do vírus no Brasil, com a cobertura dos primeiros casos em outros continentes. Isso pode significar que estes textos foram adicionados após a criação oficial de uma cobertura no Brasil. Como o objetivo é cobrir os primeiros momentos do vírus no Brasil, essa questão não é importante para esta pesquisa.

3.2.2. G1

A participação da Rede Globo na internet pode ser traçada até a década de 1990, como visto em Mannara (2014). Primeiramente, como Globo On, até a transformação

para o domínio Globo.com, no ano de 2000. Esse ponto é importante porque demonstra como o G1 representa a ida do jornalismo tradicional para a internet, em um processo que durou décadas e muitas mutações e variações. O lançamento oficial do Portal G1 aconteceu em 2006, com a divisão oficial do jornalismo da Rede Globo em diferentes editorias e com a produção de textos especificamente feitos para o webjornalismo. Segundo Mannara (2014), coincide com a eleição presidencial do ano de 2006, e aponta para um objetivo de reforçar o alcance da Rede Globo dentro da internet.

Como um meio de comunicação amplo e com origens muito tradicionais no Brasil, a cobertura ocorreu tanto no site do G1, como no canal da Rede Globo e na emissora de TV a cabo de notícias da Rede, a GloboNews. Para esta pesquisa, interessa o conteúdo registrado na página específica da cobertura do novo coronavírus, que tem textos desde os primeiros casos registrados no Brasil.

Figura 2: Página sobre coronavírus no G1



A figura 2 apresenta a maneira como a cobertura do novo coronavírus ficou separada dentro do site do G1. Uma seção foi criada dentro da editoria de Bem Estar, que recebe textos e vídeos sobre diferentes temas ligados à saúde. Muitas dessas matérias tomaram a página principal do portal, porém o arquivo fica guardado no *Bem Estar*, e por isso usamos textos diretamente desse recorte.

3.2.3. Brasil 247

O Brasil 247 é uma plataforma pensada e realizada pensando na internet, assim como O Antagonista, mas tem uma formação de equipe e uma missão diferente. O portal é formado por uma série de jornalistas que, a priori, têm a mesma relevância e alcançam o público da mesma forma. Além disso, em sua composição não existe um foco claro a personalidades, como acontece com Diogo Mainardi e Mario Sabino. Em Brasil247 (2020), podemos perceber como a missão da plataforma passa pelo empoderamento do “público por meio da informação e do conhecimento (BRASIL247, 2020, p.1)”, e como a relação entre público e jornalista é importante para este portal.

Atuante em seu site e nas redes sociais, o Brasil 247 começou oficialmente a cobertura do novo coronavírus em sessão dedicada no dia 23 de março de 2020, sendo assim a última desta lista a fazer isso. Portanto, essa data funciona como um ponto de partida para esta pesquisa.

3.3.Tratamento do Material

No processo de seleção, serão usadas palavras-chave que vão indicar o tratamento do material. Estas palavras-chave são responsáveis pela separação do conteúdo entre notícia e opinião, considerando a possibilidade de alguns materiais trazerem os dois pontos. Para delimitar a existência de opinião no material, consideramos questões como o autor do texto, se o texto está em primeira ou terceira pessoa e alguns termos que vão pautar a existência de opinião.

Tabela 1: palavras-chave separadas por temática

	Opinião	Notícia
Quanto a questões políticas	Crise, problema, desastre, prejuízo	Números, dados, cientistas.
Quanto à quarentena e a parada da economia	Isolamento, distanciamento e quarentena	Decisões políticas, registro de casos.

A tabela 1 demonstra a forma como essas palavras-chave são separadas e definidas dentro desta análise. Essas temáticas surgem da própria cobertura jornalística da pandemia no Brasil. Esses dois pontos pautaram grande parte da cobertura, e essa relação conflituosa entre o registro de casos e as perdas com a parada geral deve ser considerada nesta relação entre a opinião e a noticiabilidade dos acontecimentos em torno da pandemia.

É possível que uma matéria analisada contenha opinião, notícia e os dois temas. Nesse caso, analisa-se o autor do texto, o meio em que ele foi publicado e qual o objetivo principal do conteúdo. Desta forma, será possível notar diferenças na cobertura destes três meios de comunicação que sejam originários do crescente espaço à opinião no webjornalismo.

Os três portais selecionados cobrem de uma maneira bem ampla o cenário do webjornalismo brasileiro. O G1 é um portal ligado à Rede Globo, portanto é um dos maiores do Brasil e parte da imprensa clássica. Em suas origens, esse site trazia textos do Jornal O Globo e a reprodução dos programas de jornalismo da televisão produzidos pela rede. Atualmente, tem uma ampla cobertura feita especialmente para o portal. O Antagonista representa um dos meios nascidos da internet, e que traz o trabalho de figuras importantes do jornalismo brasileiro. Por isso, o portal investe bastante em opinião e em chamar a atenção do leitor a partir destes nomes. Por fim, o Brasil 247 surge como uma iniciativa independente de jornalistas menores, e é o claro resultado do desenvolvimento das redes sociais e do aumento do papel delas no jornalismo moderno. Desta forma, funciona como um exemplo do que há de mais atual no webjornalismo brasileiro. Com esses três portais será possível ter uma visão ampla da cobertura feita no começo da pandemia do novo coronavírus no Brasil.

A decisão de trabalhar com a última semana de março inteira deu-se porque, graças à relevância tomada pelo coronavírus no Brasil, a cobertura desses meios traz múltiplas matérias diárias na cobertura, com atenção a todos os detalhes e desenvolvimentos da pandemia no País. Algumas são pequenas notas, que não trazem nada de opinião e apenas dados, o que pouco interessa para essa pesquisa, mas serão consideradas e separadas no grupo de notícias.

Seguindo com a análise de conteúdo como proposta por Bardin (1977), essa fase inicial da pesquisa serve para a delimitação, a separação e a codificação do material, para que ele se apresente para a leitura final. Somente com essa etapa é possível buscar os objetivos e testar as hipóteses de uma maneira coerente e que vá de acordo com as teorias definidas para esta pesquisa. Os textos selecionados serão analisados com o auxílio do software QSR Nvivo 12, que vai permitir a organização e seleção coordenada dos textos a partir das palavras-chaves e das categorias apresentadas anteriormente. Com o auxílio deste aplicativo, a leitura detalhada do material será feita com base no método de análise de conteúdo definido em Bardin (1977).

3.4. Pré-análise das coberturas

Nos três meios de comunicação analisados, foi percebido uma grande quantidade de textos durante a semana selecionada, entre 23 e 29 de março de 2020. Durante cada um desses dias, O Antagonista publicou uma média de 50 textos diários. O mesmo aconteceu na cobertura do site do G1, com um valor similar de matérias diárias. O Brasil 247 foi o que gerou menos conteúdo, mas ainda assim chegou a contar com mais de 25 publicações em um período de 24 horas. Considerando esta grande quantidade de material, tornou-se fundamental a realização de uma pré análise do material. Segundo Bardin (1977), a pré análise é um processo em que o material é lido de uma maneira flutuante, em que se faz a busca por detalhes importantes do material e em que busca-se os pontos fundamentais para a análise.

O primeiro passo para esta dissertação foi, desta forma, uma leitura flutuante do material em que foram considerados os títulos, a temática e o que estava escrito nas publicações selecionadas. Essa decisão foi feita por dois motivos principais.

- a) A grande maioria das matérias publicadas, principalmente no portal de O Antagonista, são textos muito curtos, com apenas dois parágrafos e que contam com um simples lead. Desta forma, são materiais que trazem muito pouco para esta pesquisa, já que apresentam nenhuma contextualização;
- b) Devido a grande quantidade de textos durante a semana selecionada, essa seleção é fundamental para separação de textos que consigam trazer questões

importantes envolvendo as linhas entre a opinião e o jornalismo na internet. Além disso, a separação inicial de quais textos serão colocados nos programas QSR Nvivo serve para a criação e a consideração de algumas novas palavras-chave e compreensões sobre o material analisado.

Na pré-análise, podemos perceber uma grande quantidade de publicações que trazem, direto em seus títulos, a fala ou a opinião de um especialista ou um líder político e governamental. O uso constante deste tipo de publicação torna fundamental que se considere, durante a análise dos textos separados, o valor das opiniões partidárias por nomes de influência e relevância para a matéria publicada e a forma como esses argumentos são apresentados.

Entre os três meios analisados, algumas mudanças fundamentais já puderam ser notadas e são importantes para a percepção e o entendimento da forma como cada meio tratou a cobertura do jornalismo. São impressões iniciais e metodológicas, resultantes da “leitura flutuante (BARDIN, 1977, p.96)” e da atenção dada a quantidade de publicações diárias de cada meio e da forma como esses processos foram executados. As seguintes impressões surgiram:

- a) G1: por estar localizada na seção de Bem estar, voltada à saúde, do portal, os conteúdos sobre o coronavírus no G1 foram, no começo da semana, pautados por dicas de saúde e com o objetivo de informar os leitores sobre o desenvolvimento da doença. Porém, durante a semana, questões políticas e econômicas começaram a entrar na cobertura e tomaram conta de boa parte do conteúdo;
- b) O Antagonista: por sua vocação política, O Antagonista colocou seu foco, logo no dia 23 de março, em questões políticas envolvendo a pandemia. Existem publicações sobre os novos casos e questões envolvendo a saúde, mas são poucas e muito curtas, com apenas dois parágrafos que contém apenas uma simples lead. Desta forma, são textos que deixam pouco para a análise e não permite uma leitura mais aprofundada.

- c) Brasil 247: Este foi o site escolhido que publicou menos durante a semana selecionada. Até o dia 25 de março de 2020, não passava de cinco publicações diárias. Porém, a partir deste ponto, o número cresceu muito, chegando a ficar em torno de 25 textos por dia durante as datas de 28 e 29 de março de 2020. Isso mostra que o aumento da redação aumentou nesses dias finais da análise e isso deve-se muito a questões temáticas e a eventos que aconteciam no Brasil durante este período.

A quantidade de publicações e os temas que receberam maior destaque durante a cobertura passaram muito por acontecimentos que impactaram o Brasil durante a semana escolhida. Considerando a metodologia de Bardin (1977), é fundamental a compreensão e a reflexão sobre essas questões durante esta pesquisa e na leitura mais aprofundada do material selecionado dentro do Nvivo. Esses acontecimentos fazem parte da compreensão brasileira e serão explicados e analisados durante a análise e o trabalho com o material.

3.4.1. Os casos

A partir da pré-análise do material, percebemos alguns casos que foram importantes e marcantes durante a semana pesquisada e que geraram mudanças nas coberturas e devem ser consideradas por esta pesquisa. Esses casos servem como ponto de comparação e consideração das diferenças na forma como cada jornal trata os temas. Além disso, esses casos marcam pontos importantes das relações brasileiras com o novo coronavírus e a crise que começou a partir de março. Esses acontecimentos marcaram a cobertura jornalística e a forma como o brasileiro interagiu com a doença, com o isolamento social proposto pelas autoridades e a forma como a imprensa lidou com questões que pautaram a discussão no Brasil.

Esta pesquisa desenvolveu, durante a pré-análise, uma compreensão sobre como os momentos políticos brasileiros influenciaram na produção jornalística dos três portais selecionados, com um aumento no número de publicações e a mudança do foco dos textos. Por isso, a definição e demarcação desses casos tornou-se fundamental para

o desenvolvimento da análise de conteúdo em busca dos objetivos traçados nesta metodologia.

3.4.1.1. O pronunciamento de Jair Bolsonaro

No dia 24 de março de 2020, o presidente brasileiro, Jair Messias Bolsonaro fez um pronunciamento em Rede nacional em que falou, acima de tudo, sobre a pandemia do coronavírus, que começava a crescer e a se expandir no Brasil. Durante esta fala, o presidente trouxe uma série de falas polêmicas que marcaram as notícias brasileiras nos dias seguintes e geraram fortes opiniões e debates por todo o país. Destacam-se frases como:

No meu caso particular, pelo meu histórico de atleta, caso fosse contaminado pelo vírus, não precisaria me preocupar, nada sentiria ou seria, quando muito, acometido de uma gripezinha ou resfriadinho, como bem disse aquele conhecido médico daquela conhecida televisão (UOL, 2020, p.1).

Esse pronunciamento tornou-se um ponto fundamental da forma como o governo brasileiro decidiu tratar da doença. A constante redução da importância da doença pelo presidente gerou críticas e ironias quanto a falas como a apresentada na citação acima. Na pré-análise percebemos que, nos dias seguintes à fala de Bolsonaro, os meios de comunicação analisados focaram diretamente nela e em suas ramificações. Por isso, foram selecionados alguns textos que tratam desse caso e o pronunciamento tornou-se um dos pontos que organizaram a análise do material no programa Nvivo. Dessa forma, os resultados passam por esse entendimento contextual da semana escolhida por esta pesquisa, registrando de uma forma técnica questões que foram fundamentais para os jornais virtuais analisados.

3.4.1.2. A relação com Luiz Henrique Mandetta

Durante o período analisado, o ministro da saúde do Brasil era Luiz Henrique Mandetta, que tornou-se figura constante nos meios de comunicação brasileiros por suas coletivas diárias, em que passava notícias de casos, planos de governo e instruções

para a população em geral. Depois do pronunciamento de Bolsonaro, no dia 24 de março de 2020, Mandetta tornou-se presente em todos os portais analisados por estar em contradição com o presidente. Além disso, os jornais notaram uma mudança no discurso do ministro ao final desta semana, já que ele parou de ser incisivo quanto a necessidade do isolamento social. Esse assunto foi constante a partir do dia 27 de março de 2020 e deve ser considerado por esta pesquisa como outro ponto marcante da relação com a imprensa.

O confronto público entre ministro e presidente foi percebido pelos três portais selecionados e as falas de Mandetta receberam clara atenção nas publicações, além de terem gerado textos grandes, com muito desenvolvimento ideológico e contextual dos jornalistas. Por esse motivo, esses materiais são muito importantes para esta pesquisa e servem para ilustrar questões envolvendo a opinião das publicações e da forma como os portais se relacionaram com um tema polêmico e de vital importância para o cenário político e social do Brasil. Algumas reportagens sobre o ministro foram selecionadas e codificadas a partir das palavras-chave.

3.4.1.3. Saúde x Economia

Desde o começo da pandemia do novo coronavírus, a dicotomia entre o cuidado com a saúde e o perigo de perdas econômicas pautou muitas discussões envolvendo o tema e foi fundamental na montagem dos planos nacionais no mundo inteiro. No Brasil, esse tema foi ainda mais forte pela forma como o governo federal deu a entender que a economia deveria ter prioridade clara. Durante a pré-análise, percebemos diferentes focos e formas de tratamento desta questão que devem ser consideradas e analisadas sob a ótica definida nesta pesquisa. Notamos, por exemplo, que o G1 publicou uma série de matérias com dicas de saúde e de isolamento durante a semana escolhida, enquanto os outros meios focaram-se principalmente em questões políticas. Isso não significa que escolheram a economia, muito pelo contrário, mas que trouxeram esta discussão de uma forma mais bipolarizada. Por causa dessas diferentes interpretações, é fundamental considerar essa relação como um caso muito importante para o

aprofundamento desta pesquisa e para o entendimento dos momentos iniciais da cobertura jornalística sobre o novo coronavírus no Brasil.

3.4.2. Textos Seleccionados

Considerando a quantidade extensa de material, os casos encontrados durante a semana analisada e as palavras-chave que fundamentam a pesquisa, selecionamos dois textos diários por meio de comunicação, totalizando 14 reportagens por meio e um total de 42. Esse número permite a busca pelos objetivos e as respostas desta pesquisa dentro do escopo e dos limites temporais e técnicos dela.

A seleção foi guiada pelos processos apresentados e pela pré-análise, de uma maneira que considera e demarca os processos dos casos que foram marcantes para esta pesquisa. Desta forma, foi possível fundamentar, estruturar e definir um método claro para o uso do material, para a análise de conteúdo e para a apresentação dos resultados.

Tabela 2: Os textos seleccionados separados por dia e meio.

Dia	Brasil 247	G1	O Antagonista
23-03-20	Governadores da Amazônia pedem ajuda à China para conter coronavírus Covas anuncia a aquisição de mais 100 mil testes que detectam coronavírus	Imagens mostram desorganização em instituto que recebe amostra de sangue para exames de coronavírus Rio tem aglomerações por transporte, vacina e comida, na contramão da recomendação	A oportunidade perdida por Bolsonaro A responsabilidade é de todos
24-03-20	China teme nova onda de infecção por casos importados Pandemia de coronavírus foi simulada meses antes dos primeiros casos na China	Bolsonaro pede na TV 'volta à normalidade' e fim do 'confinamento em massa' e diz que meios de comunicação espalharam 'pavor' RJ estuda usar navios da Marinha para abrigar grupos de risco do novo coronavírus das favelas do Rio	Devolvam o FGTS! Covid-19: medidas mais duras dos estados são 'péssimas', diz Mandetta
25-03-20	Atletas que adoeceram por coronavírus provam que Bolsonaro está errado Sociedade de Infectologia	Flávio Dino reage a pronunciamento de Bolsonaro e diz que danos podem ser 'imprevisíveis e gravíssimos' Mandetta diz que segue no cargo e	Quarentena é remédio extremamente duro e vai ter a hora Eduardo cita reportagem de

	confronta Bolsonaro e reafirma orientação para o isolamento	que viu 'grande colaboração na fala do presidente' Bolsonaro	fevereiro para pandemia parecer gripezinha
26-03-20	Comunidade médica repudia declaração de Bolsonaro China suspende entrada de estrangeiros devido ao coronavírus	Witzel nega que vá afrouxar restrições na segunda-feira; 'Mandetta deixa a sociedade zonzá' Brasileiro pula em esgoto e não acontece nada, diz Bolsonaro em alusão a infecção pelo coronavírus	Após hidroxicloroquina, quatro com Covid-19 recebem alta em SP Caiado: Por que Guedes pode tudo e Mandetta não pode
27-03-20	Governo Bolsonaro admite não possuir estudo que confirme viabilidade do 'isolamento vertical' contra coronavírus Joice quer bloquear gastos do clã Bolsonaro com cartão corporativo durante a pandemia	Juiz obriga morador de Socorro com sintomas a ficar em isolamento domiciliar; MP cita falta de empatia e solidariedade Com praia proibida, dupla 'dribla' decreto para pegar sol no Rio	Ministério da Saúde sobre campanha: Nossa função é retirar as pessoas do incêndio O Brasil é um dos países que mais dominam o uso da cloroquina
28-03-20	Justiça suspende campanha da morte de Bolsonaro Médico explica por que bolsonaristas fazem carreata, e não passeata	'Se a gente sair andando todo mundo de uma vez, vai faltar pro rico, pro pobre', diz ministro da Saúde 'Fomos atingidos por um meteoro', diz Paulo Guedes sobre impacto do coronavírus	Mandetta precisa atacar a imprensa. Coitado do Mandetta Esse vírus ataca o sistema da sociedade como um todo, diz Mandetta
29-03-20	Carreata contra isolamento reúne pequeno grupo em Salvador; Bahia registrou 1ª morte por covid Bolsonaro vem subestimando a seriedade do coronavírus, diz ACM Neto	Twitter apaga publicações de Jair Bolsonaro por violarem regras da rede Sem plano do governo para favelas, moradores e organizações se juntam para controlar contágio	Guedes: "Fomos atingidos por um meteoro" Jovem de 26 anos morre de coronavírus em SP

A tabela 2 apresenta os textos que foram selecionados para a análise de conteúdo feita com o programa QSR Nvivo. Logo pelos títulos, é possível perceber como a seleção passou pelos três casos apresentados e como eles serviram de ponto de partida para o tratamento do material. Também é possível perceber como temas similares foram tratados todos os dias e como pode-se perceber algumas características de cada meio já presentes.

4. Análise de Conteúdo Aplicado à Cobertura Do Covid 19 No Brasil

Em uma primeira leitura e análise do material, ficou clara a maneira como o pronunciamento feito pelo presidente do Brasil, Jair Messias Bolsonaro, no dia 24 de março de 2020 foi marcante para a cobertura da pandemia do novo coronavírus pelos três meios de comunicação analisados. Portanto, esse caso marcou grande parte das análises e as matérias que precederam este dia traziam notícias ligadas à saúde de uma forma mais neutra e direta ao ponto. O fato do presidente do Brasil ter, de certa forma, menosprezado a crise, serviu como um forte incentivo jornalístico aos três meios analisados. Esse caso também passa um importante ponto de partida para tratar a forma como a opinião foi analisada.

Dentre as análises, encontramos com muita frequência o uso da opinião de lideranças e pessoas com poder político, social ou intelectual sobre o tema tratado, nos três meios. Por isso, decidiu-se por implementar ao aplicativo Nvivo um código relacionado a esse tipo de uso. Apesar de não representar uma opinião direta do meio de comunicação, esse uso pode ser considerado como uma forma de dar força, valor e até formato de notícia à opinião de um especialista. Desta forma, esses usos serão analisados juntamente dos casos e outros marcadores selecionados nesta pesquisa, para aprofundar o resultado e dar uma dimensão mais ampla à pesquisa realizada

Os resultados serão apresentados de acordo com os códigos definidos, separados de uma maneira mais fluida e direta pelos três meios de comunicação e considerando a linha do tempo. Alguns trechos serão apresentados para auxiliar na apresentação dos pontos e da forma como a cobertura foi apresentada dentro do meio de comunicação.

4.1.Quanto a quarentena e a parada da pandemia

Nos 42 textos analisados, foram percebidos muitos questionamentos quanto à forma como a quarentena e a parada da economia foram tratadas no Brasil e na maneira

como essas decisões interagiram com os interesses políticos do país. Percebemos também a importância que os casos tiveram durante a pesquisa. Eles guiaram a leitura dos textos, indicaram tendências temáticas e implementaram ao material jornalístico o, fundamental, contexto para a análise de conteúdo.

Para os objetivos desta pesquisa, essa codificação foi feita separando trechos que traziam notícias quanto ao coronavírus e a parada da economia provocada pela necessidade por isolamento social e trechos que apresentavam a opinião do meio de comunicação.

4.1.1. Opinião

Alguns pequenos momentos opinativos apareceram com alta frequência no material analisado. Na maioria de suas aparições, eram pequenos trechos que serviam como complemento ou adendo das matérias. Cada meio de comunicação apresentou características específicas que devem ser apresentadas de uma forma cuidadosa nesta pesquisa.

O portal Brasil 247 pautou grande parte de sua cobertura a críticas severas ao presidente Jair Bolsonaro, e esse foi o principal ponto de suas opiniões. Cinco dentre as matérias selecionadas do portal apresentaram a opinião do jornal sobre a dicotomia entre a parada da economia e a necessidade do isolamento social e todas elas foram direcionadas diretamente ao presidente do Brasil, Jair Bolsonaro. Esse caso pautou a cobertura em todos os sentidos.

Em matéria do dia 25 de março de 2020, intitulada *Atletas que adoeceram por coronavírus provam que Bolsonaro está errado*, a crítica a Bolsonaro está estampada no título do texto e perdura por todo ele.

Figura 3: Reportagem do Brasil 247, do dia 25/03/2020

Atletas que adoeceram por coronavírus provam que Bolsonaro está errado

Ao contrário do que diz o presidente Jair Bolsonaro, atletas profissionais de todo o mundo estão sofrendo após serem infectados pelo coronavírus

25 de março de 2020, 17:54 h

A figura 3 demonstra como este texto esteve focado na forma como o Brasil 247 discordava e não compactuava com a fala do presidente brasileiro. Foi uma clara crítica opinativa e focada a um ponto muito importante do tratamento que o Brasil faria da pandemia que começava a crescer em seu território. Interessante pontuar também como esta matéria também traz pontos noticiosos, já que os casos de atletas que adoeceram com o novo coronavírus são reais e importantes para a cobertura jornalística. Porém, só tornaram-se pauta do portal após o pronunciamento de Bolsonaro e foram apresentadas de uma forma claramente crítica e opinativa quanto a descrença sobre a doença.

As duras críticas ao pronunciamento de Jair Bolsonaro seguiram durante a semana no Brasil 247. No dia 28 de março, a matéria intitulada *Justiça suspende campanha da morte de Bolsonaro* vai também direto ao ponto e não deixa dúvidas do ponto de vista editorial do meio de comunicação. Com muita clareza, a campanha do governo brasileiro, que pretendia incentivar os brasileiros a não pararem de trabalhar e continuar saindo de suas casas, foi chamada de “campanha da morte de Bolsonaro”, não deixando espaço algum para dúvidas e interrogações quanto ao ponto de vista do meio de comunicação sobre o caso. Esta é outra matéria que traz a opinião de uma forma clara e direta, não deixando espaço para as dúvidas quanto ao posicionamento do jornal sobre o presidente.

Neste código, já podemos perceber que o G1 é muito mais sutil na forma como apresenta opiniões editoriais e jornalísticas, quando comparado com o Brasil 247. Seis

matérias analisadas pelo portal da Rede Globo apresentaram algum tipo de opinião interna sobre o isolamento social. No dia 24 de março de 2020 encontramos o primeiro exemplo disso, no texto chamado *Bolsonaro pede na TV 'volta à normalidade' e fim do 'confinamento em massa' e diz que meios de comunicação espalharam 'pavor'*. Em material que traz o pronunciamento na íntegra e postado quase imediatamente após sua realização em rede nacional, o G1 abre com uma opinião sutil e noticiosa, que utiliza-se de fatos e a opinião de especialistas para afirmar esse ponto.

Figura 4: Matéria que cobre o pronunciamento de Bolsonaro, no dia 24 de março de 2020.

Contrariando tudo o que especialistas e autoridades sanitárias do país e do mundo inteiro vêm pregando como forma de evitar que o **novo coronavírus** se espalhe, o presidente Jair Bolsonaro criticou, em pronunciamento na noite desta terça-feira (24) em rede nacional de televisão, o pedido para que todos aqueles que possam fiquem em casa.

Na figura 4 fica claro como a opinião do G1 é apresentada nos textos analisados. São pequenas pontuações sobre contradições, equívocos e até mentiras de atores políticos e econômicos, mas tudo costuma ser feito com mais sutileza. É notável também que críticas a Jair Bolsonaro são feitas com o uso de especialistas e vozes de liderança, o que acaba se repetindo diversas vezes durante os textos analisados. Os primeiros dias da cobertura jornalística sobre o novo coronavírus no Brasil foram pautadas pela opinião e o ponto de vista de especialistas de saúde.

Outra diferença fundamental entre o Brasil 247 e o G1 é que nem todas as opiniões apresentadas pelo portal da Rede Globo foram direcionadas ao presidente. Aliás, antes mesmo do pronunciamento, no dia 23 de março de 2020, o portal lançou o texto chamado *Imagens mostram desorganização em instituto que recebe amostra de sangue para exames de coronavírus* que analisava e refletia sobre imagens vazadas de um instituto responsável por exames do novo coronavírus.

Nas imagens é possível ver desorganização na entrega das amostras e uma funcionária explicando que cada bandeja recebe até 70 amostras e que é necessário que os agentes coloquem os frascos no local com os pedidos médicos, para que haja a análise. (G1, 2020a, p.1)

O trecho acima confirma como o G1 trata de suas escolhas editoriais de uma maneira sutil e que não entra de uma forma muito declarada na opinião, mas faz com que ela se reúna com a notícia de uma forma natural. Isso faz sentido quando pensamos que este meio de comunicação é parte de uma tradicional rede de comunicação, a maior do Brasil, e que traz consigo a tradição do jornalismo das décadas finais do século XX.

Entre o G1 e o Brasil 247 percebemos, neste tópico, duas diferenças muito importantes: primeiramente, o G1 demonstrou um interesse muito maior em temas ligados à saúde e trouxe suas opiniões sobre esses pontos. Além da matéria apresentada na figura 4, os textos *Coronavírus: Sem plano do governo para favelas, moradores e organizações se juntam para controlar contágio* e *Com praia proibida, dupla 'dribla' decreto para pegar sol no Rio* apresentam opiniões sobre a relação entre o isolamento social e a parada da economia - sempre a favor da parada - enquanto todas as opiniões do Brasil 247 são sobre o presidente brasileiro, Jair Bolsonaro. Ou seja, mesmo que elas falem sobre o fechamento da economia e do isolamento social, suas críticas são extremamente politizadas e com um foco claro no presidente. Isso se justifica ao pensarmos que o Brasil 247 é um meio de comunicação jovem e formado para a internet com o objetivo de realizar a cobertura política do país.

Por fim, O Antagonista traz opiniões sobre a saúde e a relação com a economia em apenas três matérias. *"Devolvam o FGTS!"* e *Eduardo cita reportagem de fevereiro para pandemia parecer gripezinha*. Esse resultado sinaliza, logo de cara, a tendência desse meio de comunicação de ser focado em questões políticas, deixando a saúde em segundo plano. Essas duas matérias tratam de questões de saúde e economia sob a ótica da política e deixam claro como ela é importante para a redação.

Figura 5: Trecho da matéria 25/03/2020 de O Antagonista

A régua de Eduardo não é boa.

A ação do filho 03 não é isolada. No domingo, [Ricardo Salles e Flávio Bolsonaro republicaram um vídeo antigo de Drauzio Varella](#) com o mesmo objetivo. O vídeo foi gravado no fim de janeiro e já removido das redes do médico.

A figura 5 apresenta também as características das opiniões de O Antagonista. Elas costumam ser apontadas para figuras políticas e contém sempre um certo nível de ironia. É uma liberdade editorial e um estilo de jornalismo que é cada vez mais comum dentro do webjornalismo. Como já dito nesta dissertação, a linguagem para a internet tende a ser rápida, direta e com algumas liberdades editoriais que não são comuns no jornalismo tradicional.

Os dois textos que trazem críticas à questão da economia e da saúde mostram uma intersecção clara com questões políticas. Aliás, codificamos estes textos aqui e não nos códigos ligados à política porque os textos tratam sobre a economia e o processo de isolamento social, mesmo que os personagens diretos das críticas sejam atores políticos.

4.1.2. Notícia

Em toda a cobertura, claramente, existiram diversos tipos de notícias e a seleção deu-se por questões técnicas e temáticas. Em O Antagonista, por exemplo, podemos analisar que os quatro textos codificados como notícia, quanto a quarentena e a parada da economia. Em matéria do dia 26 de março de 2020, chamada, *Após hidroxicloroquina, quatro com Covid-19 recebem alta em SP*, a notícia diz muito sobre objetivos editoriais deste portal. Em toda a pré-análise, nos três meios selecionados, apenas este texto traz notícias positivas quanto ao polêmico medicamento.

Figura 6: Trecho de Após hidroxicloroquina, quatro com Covid-19 recebem alta em Sp.

O Hospital Iggesp, de São Paulo, deu alta a quatro pacientes com a Covid-19 que estavam internados em estado grave na UTI após sete dias de uso da hidroxicloroquina, informou o site Viva Bem, do UOL.

O medicamento foi dosado seguindo protocolos internacionais — não é permitido o uso para casos leves e sem acompanhamento médico.

A figura 6 aponta para algumas predisposições editoriais e é a única pauta positiva quanto ao uso da hidroxicloroquina no Brasil, na semana analisada e nos três meios selecionados. Isso é importante porque, no pronunciamento feito por Jair Bolsonaro no dia 24 de março de 2020, este medicamento foi apresentado como a solução dos problemas e como um remédio eficaz no tratamento do novo coronavírus.

Enquanto estou falando, o mundo busca um tratamento para a doença. O FDA americano e o Hospital Albert Einstein, em São Paulo, buscam a comprovação da eficácia da cloroquina no tratamento do Covid-19. Nosso governo tem recebido notícias positivas sobre este remédio fabricado no Brasil e largamente utilizado no combate à malária, lúpus e artrite... (UOL, 2020, p.1)

Por causa dessa fala e de reforços do presidente do Brasil, muitas das questões envolvendo a forma como o país lidou com o começo da pandemia em seu território passaram por esse ponto.

Outra notícia importante de O Antagonista foi publicada no dia 27 de março de 2020, com o título *Ministério da Saúde sobre campanha: "Nossa função é retirar as pessoas do incêndio"* que conta com falas do ministro da saúde a época, Henrique Mandetta, justificando e explicando a campanha "O Brasil não pode parar." O que chama a atenção nesta matéria é que, esta campanha é a mesma que o portal Brasil 247 chamou de campanha da morte, em matéria que foi codificada nesta pesquisa como opinião. Mais uma vez, podemos perceber um ponto de vista de O Antagonista sendo apresentado como uma notícia que não traz nenhum tipo de opinião e relata apenas a maneira como o ministro da saúde e o governo federal do Brasil trataram da situação. Isso pode ser considerado uma forma de passar opinião típica da internet, já que as escolhas das pautas, e como elas vão ser apresentadas, têm um forte significado.

O G1 faz algo muito similar nesta mesma categoria de análise, mas desta vez com o ministro da economia, Paulo Guedes. *'Fomos atingidos por um meteoro', diz Paulo Guedes sobre o impacto do coronavírus* foi publicado no dia 28 de março de 2020 e traz isso de uma forma muito similar, mas com alguns detalhes que fazem muita diferença. As matérias de O Antagonista são curtas, rápidas e com poucas frases e pontos noticiosos como este tipo de situação são apresentados deixando pouco espaço para maiores aprofundamentos. Por outro lado, quando o G1 traz uma produção como essa, sempre conta com um texto rico de detalhes e contextualizações, que não deixam, portanto, a fala do especialista ou do ministro, nestes casos, como uma verdade noticiosa.

Outro exemplo similar no G1 acontece no dia 28 de março de 2020, em texto intitulado *'Se a gente sair andando todo mundo de uma vez, vai faltar pro rico, pro*

pobre', diz ministro da Saúde que traz falas de Henrique Mandetta de uma maneira efetiva e direta, mas com uma série de contextualizações e pontuações sobre a importância do isolamento social.

Figura 7: Citação noticiosa de Henrique Mandetta no G1.

Jovens em casa e comércio

Mandetta explicou por que o comércio não pode reabrir e também **por que os jovens têm de ficar em casa**, apesar de terem apenas sintomas leves em sua maioria:

"Por que se **suspendem aulas**? Se todas as crianças e jovens, como vocês viram, se têm a doença e são assintomáticos e são sintomas leves, por que a gente os tira da aula? Muitas vezes é o que fala: 'Deixa as crianças e adolescentes'. É porque eles são assintomáticos e não sabem, só transmitem. Como voltam para casa e casa tem comodo, temos déficit habitacional enorme, pode contaminar cinco, seis pessoas. Quando a gente diminui a mobilidade, cada um positivo contamina dois. Quando deixa todo mundo andando, cada um contamina seis, e isso faz progressão geométrica, faz essa curva super rápida."

A fala escolhida para estampar uma matéria e servir como ponto de partida para uma notícia envolvendo o isolamento social pelo G1 é completamente a favor da parada. Em contrapartida, como já vimos, O Antagonista traz, de uma maneira sutil e direta, uma fala que defende uma campanha contra a parada, pelo mesmo ministro. Isso aponta como o momento era complexo e cheio de turbulências no Brasil, mas também aponta, inevitavelmente, diferentes objetivos na escolha de pautas de cada um dos meios. Essas escolhas editoriais podem apontar para desejos opinativos dos meios de comunicação.

Além disso, mais duas matérias do G1 trazem notícias quanto ao isolamento social e a projetos para lidar com a crise sob o prisma da saúde. *RJ estuda usar navios da Marinha para abrigar grupos de risco do novo coronavírus das favelas do Rio e Coronavírus: Sem plano do governo para favelas, moradores e organizações se juntam para controlar contágio* reforçam a posição do jornalismo feito pela G1 de noticiar sobre questões locais e soluções para os problemas logísticos e culturais para as comunidades brasileiras.

Nesta mesma categorização, o Brasil 247 segue focando a cobertura em erros e críticas feitas ao presidente do Brasil, Jair Bolsonaro. Na matéria chamada *Sociedade de Infectologia confronta Bolsonaro e reafirma orientação para o isolamento*, publicada no dia 25 de março de 2020, a questão do isolamento e o pronunciamento de Bolsonaro

são tratados de maneira estritamente noticiosa pelo meio de comunicação, mas é inegável que traz uma opinião editorial do meio de comunicação em questão.

Figura 8: Trecho noticioso de Brasil 247, no dia 25 de março de 2020.

O chefe do Executivo tratou a Covid-19 como um “resfriadinho”, culpou a imprensa pela “histeria” e contrariou especialistas, em apelo, pedido pelo fim do “confinamento em massa”. A Sociedade Brasileira de Infectologia demonstrou sérias preocupações com a declaração, classificou a pandemia de coronavírus como “grave”, e considerou perigosa a fala que associa cerca de 800 mortes por dia, causadas pela doença na Itália, a idade da população e ao clima do país europeu.

O discurso de Jair Bolsonaro, segundo a Associação Brasileira de Saúde Coletiva, é “intolerável e irresponsável”, e soou como um “discurso da morte”.

A figura 8 apresenta a forma como esse tipo de construção textual é executada e como ela foi analisada por esta pesquisa. Torna-se natural a conclusão de que a escolha das palavras e da própria pauta resume de uma maneira clara o ponto de vista editorial do Brasil 247. A voz dos especialistas da sociedade é utilizada aqui para reforçar a maneira como o jornal enxerga o discurso presidencial.

Essa forma de criticar o presidente também pode ser percebida em um título muito poderoso e significativo, publicado no dia 29 de março de 2020: *Carreata contra isolamento reúne pequeno grupo em Salvador; Bahia registrou 1ª morte por covid*. A negação do isolamento social e a defesa da volta da economia é colocada lado a lado com a perda de uma vida no estado em que o protesto aconteceu. É uma maneira clara de colocar uma contraposição entre as duas perspectivas e demonstrar, sem deixar dúvidas, a opinião editorial do jornal, de uma maneira que não é direta. Novamente, notícias reais são pautadas de uma maneira que reforça os objetivos do meio de comunicação.

A carreata em apoio à campanha de Jair Bolsonaro contra o isolamento para conter a contaminação do novo coronavírus, reuniu um pequeno grupo em Salvador. A Bahia registrou a primeira morte pelo vírus neste domingo (29). (BRASIL 247, 2020o, p.1)

O interessante do trecho acima é que o Brasil 247 trata da campanha contra o isolamento e a favor da manutenção da economia como saindo diretamente de Jair Bolsonaro, ligando diretamente a negação do isolamento social com a figura do presidente do Brasil. Desta forma, a primeira morte na Bahia pode ser colocada lado a lado do presidente, de uma maneira que reforça um ponto de vista sobre as ações da liderança do país e que apontam para uma opinião editorial - por meio de notícias.

Esta categorização apontou para importantes percepções sobre a forma como os três meios de comunicação selecionados trataram da complexa relação entre a necessidade de isolamento social e as perdas econômicas que poderiam acontecer a partir deste cuidado com a saúde. Fica clara a pretensão política e econômica de O Antagonista e a posição contrária ao presidente que o portal Brasil 247 segue em sua redação. O G1 ficou mais atento às questões de saúde, apesar de não ter evitado críticas a Jair Bolsonaro.

4.2.Quanto a quarentena e a parada da pandemia

A categorização quanto a questões políticas tornou-se complicada porque, em grande medida, tudo nessa história é igualmente político e ligado à saúde. Com exceção de matérias do G1 que contavam histórias de saúde, o presidente da república brasileira, seus ministros e as decisões em torno deles sempre pautaram as matérias selecionadas. Claro que existe um interesse desta pesquisa nisso, já que a pré-análise precisou selecionar textos que tinham conteúdo e tratavam dos casos selecionados que, dentro da semana escolhida, foram majoritariamente políticos.

Os resultados desta categorização serão apresentados de uma forma similar a categorização anterior, propondo assim um aprofundamento nas análises feitas até aqui e a evolução da compreensão científica presente nesta dissertação.

4.2.1. Opinião

O primeiro texto que aborda diretamente questões políticas na análise do material analisado é do Brasil 247 e já foi falado anteriormente. *Atletas que adoeceram por coronavírus provam que Bolsonaro está errado*, publicada no dia 25 de março de

2020 tem uma forte crítica ao presidente da república. Porém, o trecho codificado como político foca diretamente no presidente Bolsonaro, sua fala e a forma como ele trata a doença, reforça muito a crítica e deixa claro que o Brasil 247 sentiu-se incomodado com a fala.

Figura 9: Trecho de atletas que adoeceram por coronavírus provam que Bolsonaro está errado.

Alguns astros do esporte no planeta ficaram bastante debilitados com a doença. Os casos nos esportistas vão de febre alta, dificuldade de respiração, fortes dores pelo corpo e até internação. E olha que são atletas profissionais, coisa que Jair Bolsonaro não é e nunca foi.

A figura 9 faz, novamente, referência ao trecho do pronunciamento do dia 24 de março de 2020 em que Jair Bolsonaro minimiza os perigos do novo coronavírus. O histórico do atleta de Jair Bolsonaro foi questionado de forma veemente, especialmente porque ele usou dessa afirmação como uma maneira de menosprezar a doença. Esse foi o único trecho do Brasil 247 que vai diretamente na política da fala de Bolsonaro e no peso do que foi falado pelo presidente brasileiro.

O mesmo acontece com o G1. O destaque da opinião política do maior portal de notícias do Brasil acontece em uma matéria que já foi citada anteriormente nesta análise: *'Se a gente sair andando todo mundo de uma vez, vai faltar pro rico, pro pobre', diz ministro da Saúde*. A opinião apresentada trata, de uma forma muito direta, a maneira como o ministro mudou seu tratamento do isolamento social depois da fala de Jair Bolsonaro no dia 24 de março de 2020.

Figura 10: G1 sobre a mudança de postura de Henrique Mandetta.

O ministro da saúde, Henrique Mandetta, mudou neste sábado (28) o tom novamente de suas declarações sobre isolamento social. Na quarta-feira, ele **tinha ajustado** o seu discurso ao do presidente Jair Bolsonaro, contrário a um isolamento mais geral e favorável ao isolamento apenas de doentes crônicos e de idosos e pessoas de 60 anos e mais.

A turbulência política no Brasil, durante a semana analisada, foi constante entre as matérias lidas e esse é um ótimo exemplo de como a cobertura dos três meios analisados lidava com ela e suas ramificações. Tanto o caso do pronunciamento

complexo de Bolsonaro como as constantes manifestações e contradições do Ministro da Saúde, Luiz Henrique Mandetta, foram fundamentais para a cobertura durante a semana analisada e esses casos funcionam como delimitação para os resultados colhidos. A relação de Mandetta com Bolsonaro também é a pauta da segunda matéria do G1 que apresenta uma opinião política. Publicada no dia 26 de março de 2020, a matéria intitulada *Witzel nega que vá afrouxar restrições na segunda-feira; 'Mandetta deixa a sociedade zozna'*, aprofunda ainda mais as discussões sobre questões políticas. Wilson Witzel, então governador do Rio de Janeiro, tem uma fala ampla, em que apresenta uma série de frases fortes sobre Henrique Mandetta. Essa matéria foi publicada quando o ministro da saúde começava sua campanha que defendia que o Brasil não poderia parar.

Figura 11: Fala de Witzel criticando Mandetta.

"Estou estarecido com a politização de uma situação tão grave como essa", destacou.

"Esse novo posicionamento do ministro Mandetta nos surpreende e deixa a sociedade zozna e confusa sobre o que fazer. Fico em casa ou não fico em casa?", emendou. "Isso é inadmissível porque o ministro mudou totalmente sua visão sobre o isolamento social das pessoas, contrariando as orientações da Organização Mundial da Saúde", apontou.

Neste caso, fica claro que a opinião de Witzel é refletida pelo meio de comunicação. O destaque dado às palavras contra a confusão de Luiz Henrique Mandetta é primordial aqui e deve ser considerado um ponto de análise. Fica claro que essa é uma forma, indireta, de reforçar a opinião do G1 sobre esse momento conturbado da cobertura do novo coronavírus. Mesmo que a opinião venha de um terceiro, uma liderança política, ela é muito relevante. Isso porque, este local de destaque, aponta para um interesse claro do G1 nesse ponto de vista.

Por fim, O Antagonista reforçou sua natureza política e foi, entre os três meios analisados, o que apresentou mais opiniões políticas nessa semana analisada. A vocação

politizada deste meio pode ser percebida com três matérias que fazem uma avaliação política e opinativa do cenário brasileiro. A primeira que analisaremos aqui, intitulada *Mandetta precisa atacar a imprensa. Coitado do Mandetta* foi publicada no dia 28 de março de 2020 e conta com uma avaliação das idas e vindas do ministro da saúde à época e da relação que ele acabou tendo com a imprensa brasileira. Todo o texto foi codificado nesta categorização pela forma como ele conta, rapidamente, a opinião de O Antagonista sobre esta situação.

Figura 12: Matéria “Mandetta precisa atacar a imprensa. Coitado do Mandetta”.

Mandetta precisa atacar a imprensa. Coitado do Mandetta

O ministro da Saúde, Luiz Henrique Mandetta, precisou atacar a imprensa para agradar o chefe e o filho lelé.

“Desliguem um pouco a televisão. Às vezes ela é tóxica demais. Há quantidade de informações e, às vezes, os meios de comunicação são sórdidos porque ele só vendem se a matéria for ruim. Publicam o óbito, nunca vai ter que as pessoas estão sorrindo na rua. Senão, ninguém compra o jornal.”

E ainda:

“Todo mundo tem que se preparar, inclusive a imprensa. Se não for assim, vai trazer mais estresse à população.”

Coitado do Mandetta.

A figura 12 traz na íntegra a matéria sobre o ministro Luiz Henrique Mandetta e é composta pela opinião de O Antagonista sobre a situação política brasileira no começo da pandemia do novo coronavírus. Mandetta é, segundo a frase “coitado do Mandetta”, uma vítima das vontades e dos desmandos de Jair Bolsonaro. Ele precisa atuar de maneiras que não correspondem com sua vontade e a convicção de sua carreira para agradar o presidente e manter o frágil equilíbrio de seu cargo como ministro. Sua batalha acabou sendo contra a imprensa, da qual Bolsonaro declarou guerra antes mesmo da pandemia. O Antagonista aponta nesta opinião uma absolvição de Mandetta, que acaba sendo considerado mais uma vítima dos jogos de Bolsonaro, o verdadeiro vilão político do Brasil. Este texto é claramente opinativo e traz duas ferramentas para

a opinião que já percebemos nesta análise: a ironia e o uso de falas de lideranças para reforçar convicções e apontar para uma visão editorial.

Esta opinião é reforçada pela matéria do dia 25 de março de 2020, *Eduardo cita reportagem de fevereiro para pandemia parecer gripezinha*, que já foi categorizada e analisada sobre a opinião do meio sobre questões de saúde. Aqui, também existem opiniões políticas e que reforçam a posição de que a família Bolsonaro³ é o problema do Brasil. Eduardo, segundo o jornal, usa uma régua errada para mentir e manipular com os números da pandemia no Brasil. Mas a questão é mais profunda, como a citação a seguir aponta:

Figura 13: O Antagonista afirma que a verdade é a primeira baixa da pandemia.

O Ministério da Saúde registrava nesta quarta-feira 57 mortes pela doença no Brasil, número maior que o da Itália no dia em que a reportagem indicada por Eduardo foi publicada.

Na guerra, a primeira baixa é a verdade. O novo coronavírus já tem seus aliados.

A figura 13 deixa claro que, para O Antagonista, a família Bolsonaro é a grande vilã. O ministro Mandetta tentava, nos primeiros dias da semana, apresentar os números da pandemia de uma maneira clara e direta, sem esconder nada do público da imprensa. O fato que chama a atenção desta cobertura é a maneira como Bolsonaro torna-se um agente responsável por criar confusão e informações distorcidas sobre a chegada do novo coronavírus no Brasil.

Nesta categorização, podemos perceber como os casos de Bolsonaro e Mandetta foram fundamentais para a cobertura. Além de questões de saúde, eles estavam presentes em quase todos os momentos complexos e conturbados da semana analisada. Primeiramente, como uma forma de oposição: enquanto Bolsonaro e sua família queriam diminuir o impacto econômico e eram contra o isolamento, Mandetta pedia que todo mundo evitasse sair de casa. Em um segundo momento, após o pronunciamento do dia 24 de março de 2020, Mandetta adota uma nova postura, sendo ele também crítico dos riscos econômicos do isolamento social.

³ Eduardo, citado no título do texto, é Eduardo Bolsonaro, filho de Jair Bolsonaro, presidente do Brasil.

Tanto o G1 quanto o Brasil 247 criticaram a mudança de posição de Mandetta, com opiniões fortes sobre a instabilidade na postura do ministro. O Antagonista, por outro lado, viu no ministro uma vítima dos desmandos e das campanhas contra a saúde feitas por Bolsonaro. Em comum, os três meios atacaram de alguma forma o presidente Jair Bolsonaro. Podemos perceber que o G1 foi mais tímido e usou mais do contexto para realizar a crítica, enquanto os meios originários da internet não pouparam críticas e palavras fortes ao presidente brasileiro.

4.2.2. Notícia

Nesta categorização, procuramos por notícias ligadas à política de uma maneira mais pura. Porém, como estamos tratando apenas da cobertura do novo coronavírus e da chegada dele no Brasil, poucos resultados foram encontrados. O Antagonista, por exemplo, que é um meio com grande vocação política, não gerou resultado algum. Isso se deve, muito provavelmente, ao fato de que o portal fez uma seleção mais criteriosa sobre quais textos iriam para a seção sobre a pandemia. Nas vezes que os temas se interseccionam, O Antagonista sempre apresentou alguma forma de opinião e deixou claro a posição do jornal quanto a esta questão. Já o G1 e o Brasil 247 apresentaram alguns resultados que apontam para a maneira como as informações politizadas foram tratadas dentro deste primeiro momento de pandemia no país.

O G1 é o que mais gerou resultados nesta categoria. No dia 28 de março de 2020, a matéria intitulada *'Fomos atingidos por um meteoro', diz Paulo Guedes sobre o impacto do coronavírus* traz muitas informações sobre a forma como o governo brasileiro encarava a crise. O ministro Paulo Guedes foi um importante nome para o governo e seus objetivos de manter a economia funcionando. A frase "Guedes reconheceu ainda que há dentro do governo uma 'disputa política' entre quem quer o isolamento social mais amplo, com o fechamento de escolas e comércio, e quem quer vertical (G1, 2020, p1)" aponta para a relevância dada para a turbulência política que o Brasil viveu no mês de março.

Uma fala de Bolsonaro durante a semana selecionada recebeu destaque no G1 e foi codificado nesta categoria. sobre o auxílio emergencial⁴ e o valor que seria entregue para os beneficiados. No dia 26 de março de 2020, uma matéria intitulada *Brasileiro pula em esgoto e não acontece nada, diz Bolsonaro em alusão a infecção pelo coronavírus* apresenta mais informações sobre as falas do presidente.

O próprio título da matéria é polêmico e traz a força de citações para reforçar opiniões e fazer com que as frases apresentadas por lideranças e especialistas funcionem como propulsor da discussão pelo meio. Destaca-se a fala que trata sobre o auxílio emergencial e o jogo político envolvido nesta liberação emergencial.

Figura 14: Questão do auxílio emergencial.

Ele disse que o auxílio mensal a ser destinado aos trabalhadores informais durante a crise do coronavírus poderá chegar a R\$ 600. O governo anunciou R\$ 200, cogitou R\$ 300 e, nesta quinta, o presidente da Câmara, Rodrigo Maia (DEM-RJ), afirmou que a **Câmara poderá aprovar R\$ 500** porque "a proposta do governo é muito pequena".

"Está em R\$ 500, pode subir para R\$ 600. Vê lá com o Guedes", afirmou, em referência ao ministro da Economia, Paulo Guedes.

Em votação na câmara dos deputados, ficou definido o valor de R\$ 600 reais, que, como pode ser visto na figura 14, é mais do que o esperado pelo presidente, que queria manter o auxílio em um valor menor. Noticiar desta forma a questão é uma clara sinalização editorial sobre a importância da opinião de Jair Bolsonaro sobre o tema. Adiciona-se a isso o título da matéria, que estampa uma opinião claramente pejorativa do presidente sobre o povo brasileira.

Outro texto que traz críticas, tecidas a partir de informações, ao presidente Jair Bolsonaro chama-se *Twitter apaga publicações de Jair Bolsonaro por violarem regras da rede* e foi ao ar no dia 29 de março de 2020, o último desta análise. Este texto apresenta

⁴ Valor de R\$ 600 para brasileiros desempregados e trabalhadores informais que começou a ser distribuído no começo de abril de 2020.

de uma maneira muito direta os motivos dessa ação da rede social e o que isso significa para Jair Bolsonaro e seus métodos de comunicação.

O Twitter apagou duas publicações da conta oficial do presidente Jair Bolsonaro na noite deste domingo (29). No lugar das publicações, feitas na tarde de domingo, aparece a mensagem: "Este tweet não está mais disponível porque violou as regras do Twitter" (G1, 2020, p1).

As regras violadas têm a ver com um cuidado implementado pela rede social para evitar que sejam distribuídas mentiras sobre o novo coronavírus. Isso é muito significativo e o foco que o G1 dá para esta questão é único entre os meios selecionados e significa um foco do meio de comunicação em questão na defesa da troca de informações reais e positivas sobre o novo coronavírus. Esta posição é reforçada por uma informação que, somada a essa, apontam para uma atuação inconsequente e pouco respeitosa pela pandemia de Jair Bolsonaro.

Figura 15: Aglomeração de Bolsonaro.

Mais cedo neste domingo, o presidente Jair Bolsonaro **provocou aglomerações durante um passeio em Brasília e voltou a se posicionar contra o isolamento social**, defendido por autoridades de saúde do mundo inteiro. O passeio e o posicionamento foram registrados em posts no Twitter.

O fato de Bolsonaro ir contra as recomendações de autoridades de saúde é a principal motivação para a ação do Twitter e para a crítica registrada nesta matéria do G1. Neste sentido o portal, mais uma vez, reforça sua posição de preocupação e convicção quanto a importância de seguir-se o recomendado pelos setores ligados à saúde e ao isolamento social como solução para lidar com a pandemia do novo coronavírus.

Nos textos analisados do Brasil 247, foram encontradas referências a notícias com ligação política em quatro matérias. *Governadores da Amazônia pedem ajuda à China para conter coronavírus*, publicado no dia 23 de março de 2020 e *China suspende entrada de estrangeiros devido ao coronavírus*, publicada no dia 26 de março de 2020, tratam de temas ligados ao país asiático e sua posição como origem do novo coronavírus. No primeiro texto, o Brasil 247 traz o apelo do governador do Amapá. Waldez Góes, pedindo que o governo chinês auxilie o Brasil. A necessidade do país em

receber respiradores e outros materiais médicos capazes de ajudar no combate da doença foram fundamentais para a cobertura do começo da pandemia, e o Brasil 247 traz o apelo dos governadores como forma de solidificar e apresentar esta questão.

Os outros dois textos do Brasil 247 categorizados neste tópico têm a ver com a família Bolsonaro e, novamente, suas complexas relações políticas com deputados, ministros e outras lideranças importantes do Brasil. Ambas foram publicadas no dia 27 de março de 2020, o que mostra a tendência, já apresentada nesta análise, de turbulências do governo Federal no final da semana selecionada. Em *Governo Bolsonaro admite não possuir estudo que confirme viabilidade do 'isolamento vertical' contra coronavírus* é falado sobre a questão do isolamento vertical⁵, uma solução proposta pelo governo Bolsonaro para reduzir os números de casos do novo coronavírus sem precisar parar completamente a economia. O que provocou essa pauta foi a falta de embasamento técnico e científico do governo federal brasileiro para a defesa e a motivação de uso desse modelo que, até o momento, não havia sido testado em lugar algum e não era oriundo de uma pesquisa científica.

Figura 16: Trecho de matéria do Brasil 247 sobre isolamento vertical.

247 - O governo Jair Bolsonaro não possui nenhum estudo técnico para embasar a defesa do "isolamento vertical" no combate à pandemia do novo coronavírus.

O trecho da figura 16 é incisivo mas, em seu cerne, não é uma opinião. Parte de falas de membros do governo Bolsonaro e do jornal, por seu posicionamento, é firme na leitura que faz da situação. Ainda nesta matéria, explica-se a convicção com a fala de

⁵ Proposta que defendia o isolamento por camadas, deixando os idosos e pessoas nos grupos de risco isoladas e protegidas enquanto o resto da sociedade brasileira funcionava normalmente. Bolsonaro falou desse plano em diversos momentos, incluindo o discurso do dia 24 de março de 2020. Fonte: UOL, 2020.

um membro do Ministério da Economia, Carlos da Costa⁶. Segundo o jornal, Costa afirmou que o isolamento vertical é “um princípio (BRASIL, 247, 2020, p.1)”, o que significa, nesta leitura noticiosa, que não existe nenhuma confirmação técnica para o uso deste projeto.

Ainda no mesmo dia, foi publicada matéria em que se fala da relação da família Bolsonaro com uma deputada brasileira. A matéria chamada *Joice quer bloquear gastos do clã Bolsonaro com cartão corporativo durante a pandemia* conta a história de um projeto de lei lançado pela deputada Joice Hasselmann durante os momentos iniciais da pandemia e que tinha como objetivo controlar os gastos do governo durante a crise. A matéria não traz nenhuma opinião de juízo muito clara do meio de comunicação, mas chama a atenção o uso da expressão “clã Bolsonaro” logo no título da matéria, o que pode passar uma ligação da família presidencial com um tipo de máfia, ou família com intenções ruins.

4.3.Opiniões de Liderança

Durante a análise do material, chamou muito a atenção o constante uso de opiniões de lideranças e especialistas em títulos e em corpo de matérias. É importante notar que essa presença não foi apenas como fonte, mas como uma maneira de apresentar opiniões controversas e demarcar o local de fala destes especialistas. Também foram usadas para reforçar pontos de vista ou para embasar críticas ao presidente Jair Bolsonaro. Estes pontos foram muito recorrentes, portanto julgamos fundamental adicionar essa categoria e buscar respostas sobre esse tipo de utilização e o que pode ser descoberto sobre o papel da opinião no webjornalismo, principalmente em situações políticas e conturbadas, como o começo da pandemia do novo coronavírus foi no Brasil.

Foram selecionados trechos e matérias que ilustram claramente as opiniões de lideranças para construir a história e trazer uma opinião do jornal. A construção de muitas matérias baseou-se nestas opiniões, portanto fundamentais para a forma como o texto foi construído e apresentado para o público. Isso significa que realmente a

⁶ Secretário especial de Emprego e Competitividade do Ministério da Economia.

opinião dessas lideranças pode ter sido uma importante estratégia para o direcionamento e o apontamento da visão editorial dos meios.

Nas matérias analisadas de O Antagonista, foram encontradas muitas referências deste tipo. Em muitos casos, as citações de lideranças estampavam o título do texto e tomavam conta de toda a matéria, enfatizando a força dessa opinião. Em matéria publicada no dia 24 de março de 2020, intitulada *Covid-19: medidas mais duras dos estados são 'péssimas', diz Mandetta*, o meio de comunicação traz a opinião do ministro de saúde do Brasil à época como parte da informação e reforça a posição de que os estados estavam com medidas que iam contra a posição do ministro. Neste caso, também é importante sinalizar que esse é o período em que Mandetta mudou sua posição sobre o isolamento social, defendendo um relaxamento, seguindo orientações de Bolsonaro.

Figura 17: Citação de Mandetta em O Antagonista.

“Não dá para chegar e dizer o que é essencial. Se precisar de um mecânico para consertar o eixo de uma ambulância, ele é o mais essencial naquele momento, porque, sem ele, não anda a ambulância”, disse Mandetta ao sair do Planalto, após conferência com governadores do Centro-Oeste e Sudeste.

A figura 17 demonstra como a citação de Mandetta foi usada nesta matéria. Além do que é possível analisar na imagem, devemos ressaltar que ela conclui a matéria, não tendo nenhuma análise ou contextualização seguindo a fala do ministro. Dessa forma, ela coloca-se como final, Mandetta tem a palavra definitiva sobre a situação apresentada na matéria. Outra citação de Mandetta ganhou destaque no dia 27 de março de 2020, na matéria *Ministério da Saúde sobre campanha: Nossa função é retirar as pessoas do incêndio*. Neste caso, a fala de Mandetta ocupa também boa parte do texto e termina como a última palavra sobre o assunto. Aliás, é mais uma publicação feita apenas para reforçar a posição do ministro e alinhar ela com a posição editorial do jornal. Em toda a análise, ficou clara a posição de O Antagonista na defesa do ministro Luiz Henrique Mandetta, mesmo quando suas posições e opiniões alternavam-se e pareciam confusas.

Figura 18: Outra fala de Mandetta em O Antagonista.

“A nossa função nessa história é retirar as pessoas que estão lá dentro, o máximo de pessoas, infelizmente nem todas vão conseguir sair de lá, mas nós vamos tentar tirar todas”, continuou.

“Agora, vocês não fiquem esperando que o Ministério da Saúde vai jogar um palito de fósforo, vai colocar oxigênio, vai abanar para aumentar esse fogo. Nós queremos tirar as pessoas de dentro dessa casa. Nos ajudem com isso. Não tentem forçar o Ministério da Saúde a incendiar uma coisa que já está na nossa frente.”

A figura 18 reforça este espaço dado para as falas do ministro Mandetta em O Antagonista e trabalha mais uma vez com as contradições do Governo Federal Brasileiro nos primeiros momentos da pandemia do novo coronavírus em seu território. Mandetta, apesar de ter falado também nesta semana que não acreditava em medidas extremas de isolamento, coloca-se contra a campanha de Jair Bolsonaro que pretendia incentivar a volta natural da economia ainda do mês de março, impedindo que qualquer isolamento de fato ocorresse. O Antagonista trata desta complexa relação apresentando com muita frequência a opinião do ministro, claramente “assumindo” o seu lado da história. Mesmo sem uma clara e direta opinião dada, a análise de conteúdo aplicada a esta cobertura identificou esta clara tendência. Ajudou neste processo o fato de que, durante a semana analisada, os casos selecionados tiveram muitas variações e declarações fortes.

Neste mesmo tópico, percebemos o G1 como o portal que menos apostou nesta tática. Mesmo quando citações foram encontradas, e até usadas no título da matéria, o corpo do texto era adicionado de muita contextualização e informações extras que davam mais profundidade na discussão apresentada. Enquanto O Antagonista apresentava textos pequenos, com grande foco na opinião de lideranças políticas, o G1 apostava nas relações dessas falas com o contexto político e social brasileiro.

No dia 25 de março de 2020, selecionamos duas matérias que trabalham com a opinião de lideranças políticas, e elas apontaram a maneira como o G1 executou o

tratamento desse tipo de informação. Em *Flávio Dino reage a pronunciamento de Bolsonaro e diz que danos podem ser 'imprevisíveis e gravíssimos'* a fala do governador do estado do Maranhão é utilizada não apenas para trazer a opinião do político, mas também para informar sobre a situação dos estados brasileiros e da maneira como a relação deles com Jair Bolsonaro estava neste momento, no começo da pandemia.

Figura 19: Fala de Flávio Dino para o G1.

“Pronunciamento de hoje mostra que há poucas esperanças de que Bolsonaro possa exercer com responsabilidade e eficiência a Presidente da República. Os danos são imprevisíveis gravíssimos. Em respeito às vidas dos maranhenses, bem como em sintonia com cientistas e profissionais da saúde, mantereí no Maranhão todas as providências preventivas e de cuidado em face do Coronavírus”, disse.

Até o momento, o **Maranhão possui oito casos confirmados do novo coronavírus**, sendo todos em São Luís. No último boletim divulgado pela Secretaria de Estado da Saúde (SES) na terça-feira (24), o estado possui 508 casos sob suspeita em mais de 45 municípios.

A crítica a Bolsonaro, feita por Flávio Dino, parece ser compartilhada e confirmada pelo G1, principalmente pela maneira como a informação é contraposta por uma crítica ao que parece ser um menosprezo do presidente à crise. Lembramos aqui a polêmica fala do dia 24 de março que gerou grande desconforto no governo e recebeu notável cobertura dos meios analisados nesta dissertação.

No caso do G1, chamou a atenção durante toda a análise como a cobertura sempre foi feita com muito foco em textos com muito fôlego e que contextualizam a notícia. Enquanto O Antagonista publicou diversos textos pequenos, o G1 trazia as informações de uma forma ampla e comparativa. O que isso significa para a relação do meio com as notícias e as opiniões? De fato, o que percebemos é que os fatos não eram apresentados de maneira isolada pelo G1, sempre recebendo a necessária contextualização nacional e internacional, de forma a incrementar a matéria. Mais do que a adição de conteúdo, percebemos que isso foi feito para dar ao leitor a dimensão dos acontecimentos e não deixar com que eles se perdessem e fossem expostos aos fatos sob uma perspectiva única.

No dia 28 de março de 2020, selecionamos duas matérias do G1 que trazem a opinião de lideranças políticas logo no título e elas seguem uma estrutura similar. Destacamos a matéria intitulada como *‘Fomos atingidos por um meteoro’, diz Paulo Guedes sobre impacto do coronavírus* porque traz o mesmo tema de matéria do dia 29 de março, publicada pelo O Antagonista. O mais interessante, aqui, é que o mesmo tema permite que façamos uma análise da forma como a citação de Guedes foi tratada pelos dois meios.

Na matéria de O Antagonista, com o título Guedes: “Fomos atingidos por um meteoro” percebemos uma construção textual muito direta e com pouca ou nenhuma contextualização. O portal criado para a internet e com vocação completamente online parece buscar uma linguagem rápida e produz textos com pouco conteúdo, de maneira constante.

‘Nós fomos atingidos por um meteoro. Isso que aconteceu é um meteoro. Mas nós sabemos sair da formação. Vamos combater o meteoro. E, no ano seguinte, estamos de volta para o trilho das reformas estruturantes de novo. Aliás, nesse ano mesmo. Vamos retomar as estruturantes este ano mesmo.’ Em videoconferência realizada pela XP Investimentos, o ministro afirmou ainda que se trata do ‘momento mais difícil da nossa história’, mas que o Brasil vai “saber fazer a coisa certa”. (O ANTAGONISTA, 2020, p.1)

O trecho acima compõe quase toda a matéria de O Antagonista, com exceção de um pequeno lead que aponta para qual a fala originou a matéria. Isso significa um interesse jornalístico em contar a história apenas da forma mais direta e expressa pensável, com pouco interesse em uma contextualização ampla e detalhada de questões envolvendo a pauta. Isso pode apontar para a tendência, cada vez mais comum, de que o webjornalismo seja feito para consumidores com pressa, sem tempo para leituras de fôlego e que consomem o conteúdo da maneira mais expressa o possível.

A contrapartida disso pode ser vista na forma como o G1 cobre o mesmo tema. Por ser o portal online a maior rede de comunicações do Brasil, o G1 coloca em seus textos muito mais conteúdo e preocupação contextual com o tema. Não é produzido

apenas um lead para justificar uma publicação para a citação de uma liderança: ela é apresentada junto a amplos detalhes sobre o caso do novo coronavírus no Brasil.

Figura 20: Trecho de matéria do G1 sobre fala de Guedes.

Guedes descartou deixar o governo em meio à crise. “Isso é conversa fiada [sobre a minha saída]. Esquece. Esquece. Esquece. Conversa fiada total. O presidente tem confiança no meu trabalho. Eu tenho confiança de que o presidente quer consertar essa parte econômica. Não existe isso de sair. Não tem esse negócio de sair. Como eu vou deixar o país no momento mais grave sabendo que eu tenho condições de ajudar? Estou 24 horas por dia dedicado a isso”, afirmou.

Dívidas dos municípios

O ministro listou as medidas já tomadas pelo governo no campo econômico para mitigar os efeitos da crise e afirmou que deverá anunciar também a rolagem da dívida dos municípios.

A figura 20 demonstra a maneira como o G1 construiu os textos de cobertura da crise do novo coronavírus. Além da citação bombástica que foi título nas duas publicações, mais citações do ministro da economia brasileiro, Paulo Guedes, são apresentadas, além de importantes informações sobre a situação política e social. Os textos do G1 são feitos para uma leitura mais lenta e demandam atenção e tempo do leitor. Fica claro nesta comparação que a origem de cada um dos portais e suas relações com o mercado online provocam diferenças na cobertura.

Por fim, percebemos que o Brasil 247 fez um uso constante porém sutil desse tipo de citação de lideranças e especialistas. Nenhuma matéria foi titulada com uma citação, apesar delas terem sido usadas com certa frequência. Isso porque, como percebemos durante esta análise, este portal não costuma deixar sua opinião subentendida no texto. Os pontos de vista da redação são diretos e expressos de forma muito clara, principalmente quando critica o presidente brasileiro, Jair Bolsonaro.

Um exemplo disso pode ser percebido no dia 27 de março de 2020 em matéria intitulada *Governo Bolsonaro admite não possuir estudo que confirme viabilidade do ‘isolamento vertical’ contra coronavírus*. Nesta publicação, a citação tem pouco espaço e serve para direcionar e demarcar, ou reforçar, a opinião do Brasil 247 sobre os planos

de Bolsonaro para tratar da crise do novo coronavírus. É, portanto, um uso que conta menos com a importância deste método.

O governo Jair Bolsonaro não possui nenhum estudo técnico para embasar a defesa do "isolamento vertical" no combate à pandemia do novo coronavírus. Este fato ficou evidenciado na manhã desta sexta-feira, 27. Em reuniões com secretários estaduais de diversas áreas, o secretário especial de Emprego e Competitividade do Ministério da Economia, Carlos da Costa, disse que o isolamento parcial é "um princípio" do governo federal ao qual os estados deveriam se ajustar (BRASIL 247, 2020, p.1)

A citação acima demonstra como o Brasil 247 usou a citação de um membro do governo para, em torno desta fala, apresentar diretamente sua opinião sobre o presidente e a crise política em que o país está inserido. É uma tendência forte do webjornalismo, que publicações independentes façam o seu trabalho de uma maneira que não deixa dúvidas do seu ponto de vista, mesmo em textos pequenos como é o caso do exemplo apresentado acima.

O uso da opinião de lideranças reforçou e apontou para uma leitura clara da forma como os meios de comunicação analisados lidam com a opinião e a expressão de seu ponto de vista editorial sobre os temas abordados. O G1, como uma publicação que nasce na redação de uma rede enorme e tradicional, produz um jornalismo com uma cara muito tradicional, preocupado em informar com contexto, com detalhes e que permite um ritmo claro e direto de leitura. Além disso, essa tendência evita que o portal faça algo muito comum em portais da internet, que é a postagem de dezenas de publicações pequenas para atrair mais público e informar sempre aos poucos. Isso é exatamente o modo principal de atuação de O Antagonista, que deixa as opiniões soltas e não as contextualiza ou traz dados que sejam a favor ou contra dela, como faz o Brasil 247. São apontamentos técnicos e estruturais importantes sobre a relação entre notícia e opinião no webjornalismo.

Conclusão

A evolução do webjornalismo nas últimas duas décadas provocou mudanças no texto jornalístico que vão além da estrutura textual. Percebemos pela literatura acadêmica que a própria linguagem dos jornalistas sofreu alterações importantes que passam pela forma como a comunicação é realizada com o leitor e a personificação do jornalista. A vocação do jornalismo de contar a verdade e fazer um serviço público de informar e refletir a realidade sempre foi complicado e, além da teoria, muito complexo. Nas últimas décadas floresceu a concepção de que decisões de pauta e caminhos tomados pelos jornalistas também interferem na construção da notícia.

A tradição do jornalismo demarcou muito do que foi visto durante boa parte do século XX, com o crescimento do modelo americano e das crescentes redações clássicas. Esse padrão marcou o nascimento de empresas como a Rede Globo no Brasil, que em seu jornalismo montou uma importante voz comunicacional no País. A empresa, desta forma, apresenta-se como uma marca da tradição jornalística brasileira e, desta forma, serviu nesta pesquisa como um grande exemplo das mutações provocadas pelo webjornalismo. O portal G1, versão online desta grande empresa, acabou tornando-se o principal meio do jornalismo da empresa, servindo como ponto de partida para o discurso de toda a rede. Não é à toa, portanto, que o portal tornou-se um dos selecionados para esta pesquisa.

Dentre as mudanças que o webjornalismo trouxe à profissão e ao discurso jornalístico, destacamos a importância que a opinião tem nesse novo meio. As últimas décadas do século XX foram proeminentes no uso do modelo clássico do jornalismo, com notícias iniciadas por leads diretos e informativos e que não tinham espaço para a opinião. Aliás, em todas as redações desse período, existia um esforço claro na separação entre o jornalismo do dia a dia e as opiniões, que viviam reclusas em editoriais, colunas e crônicas. O crescimento da internet no começo deste século fez com que o jornalismo passasse por uma enorme evolução, em que a velocidade da rede criou emergência e pressa em todas as redações do mundo. A revolução que mais destacou o webjornalismo, entretanto, foi o aumento da capacidade de pessoas anônimas e com pouca renda de criarem suas próprias páginas e suas próprias versões

de jornalismo. Esta mudança foi crucial na formatação de novos portais, como O Antagonista e o Brasil 247, que nasceram na internet e são marcados por redações que têm o DNA do webjornalismo em todas as suas decisões editoriais.

O crescimento do webjornalismo nos últimos 10 anos passa diretamente pelo uso da opinião e da imagem de jornalistas famosos para atrair leitores e registrar números maiores de acessos nas páginas. Isso fez com que o discurso jornalístico passasse a incorporar a opinião e entrelaçar ela com as informações que ainda servem como ponto de partida da maioria dos textos. Nesta dissertação, confirmamos em parte a hipótese de que o espaço para a opinião aumentou no jornalismo Brasileiro, já que ela foi parte fundamental do material analisado, com uma série de códigos marcantes de opinião. Entretanto, essa confirmação não foi completa, pois alguns pontos chamaram a atenção. Primeiramente, destaca-se como o G1, portal nascido do jornalismo tradicional, realmente utiliza a opinião de uma forma mais recatada, neutra e conscientemente preocupada com evitar excessos opinativos. Posteriormente, percebemos também que os meios nascidos da internet, por outro lado, utilizam da opinião como uma arma editorial. Ela reforça o espaço social ocupado pelo meio de comunicação e sua importância para a sociedade. O Antagonista faz questão de se colocar como um meio jornalístico focado em opiniões polêmicas que vão contra o senso comum nacional, enquanto o Brasil 247 deixa claro até em sua missão que é um portal feito para ser oposição do governo atual, de Jair Bolsonaro. Porém, mesmo com esses resultados, não confirmamos completamente a hipótese de que a opinião é usada para vender o meio de comunicação, porque não existiram resultados que apontassem para esse caminho. O que parece ser o ponto de venda desses meios de comunicação é o posicionamento político que eles tomam.

A opinião faz parte do jornalismo praticamente desde sua concepção e seguiu existindo durante a modernização e a regulamentação que a profissão passou no século XX. Ela se fez presente em crônicas, artigos especializados e editoriais que reuniam vozes do meio de comunicação para tratar e elaborar de temas polêmicos e importantes da sociedade moderna. Durante o século passado, esse modo de utilizar a opinião seguiu sendo a única presença dela e a separação sempre foi considerada fundamental para

questões éticas e morais da profissão. O jornalismo pretendia-se neutro, e nesta pesquisa percebemos que essa tendência manteve-se até o surgimento do webjornalismo. Por questões que já foram tratadas durante esta pesquisa, o jornalismo produzido para a internet mostrou-se propenso a utilizar a opinião como uma ferramenta comunicacional. Passou-se a misturar a informação com o ponto de vista do meio de comunicação de uma maneira natural e que tornou-se padrão em toda a internet.

A insurgência dessa opinião foi um forte motivador para esta pesquisa, e percebemos, durante as leituras preliminares desta dissertação, que ela realmente apresenta-se como uma das características mais marcantes do webjornalismo. Sua presença, como podemos perceber, tornou-se natural ao jornalismo feito para a internet. Os textos pequenos encontrados nos portais mais jovens reforçam essa tendência e apontam para um jornalismo cada vez mais preocupado com apresentar pontos de vista fortes e contundentes para os leitores do meio de comunicação. Esse desejo faz parte do discurso e da forma que o webjornalismo utiliza no Brasil. Percebemos também que a origem do meio de comunicação, entre os analisados, importou muito nesse sentido. Os meios feitos para a internet utilizam a opinião de uma forma muito natural que mistura-se e adiciona a intenção do escritor claramente no texto. Já o G1, um portal que nasce da maior rede de comunicações do Brasil, é muito mais controlado no uso da opinião e usa de técnicas muito mais tradicionais para produzir os textos.

Dentre o material utilizado, chamou muito a atenção o constante uso da opinião de especialistas e figuras de poder nas matérias. Concluimos que ela foi usada primordialmente para colocar a opinião editorial do meio de comunicação de uma maneira mais implícita, deixando que a manifestação de uma liderança sobre o tema liderasse a matéria. Ao dar espaço ou fazer uma contraposição clara ao que foi falado pelo especialista, uma decisão editorial foi tomada para dar ao meio de comunicação a chance de expressar sua posição sem fugir do princípio da neutralidade no jornalismo. O G1 foi o principal utilizador deste método, já que sua posição histórica no jornalismo brasileiro pede do meio online da Rede Globo a tentativa por uma posição neutra. Da

mesma forma, a origem política e moderna do Brasil 247 e de O Antagonista levaram estes dois meios a seguirem poucas vezes a rota da neutralidade, especialmente quando o assunto da pandemia misturava-se com política. Os meios nascidos e criados para a internet traziam suas manifestações de uma forma muito mais clara e por vezes davam comentários opinativos aos trechos tirados de falas de especialistas.

Percebemos muitas diferenças na estrutura e no discurso dos meios nascidos na internet quando comparados com o G1. Essa percepção comprovou a hipótese de que, pela origem digital e moderna, estes meios produzem textos com as características do webjornalismo em destaque. Os textos são mais curtos, diretos ao ponto e com uma enorme carga opinativa. Destacamos, também, a ironia como uma grande arma discursiva de O Antagonista para reforçar a posição do meio de comunicação sobre os temas tratados na semana analisada, de 24 a 29 de março de 2020. Os temas políticos, em especial, foram um foco claro e constante desta ironia. Os ataques ao presidente Jair Bolsonaro eram cheios desse teor e iam na raiz da relação complicada entre o presidente do Brasil e os jornalistas. A diferença fica mais clara ainda quando analisamos a forma como o G1 fez estas críticas, sempre com muita contextualização e com a adição de dados que contradiziam Bolsonaro. É uma maneira mais sutil e baseada nos modelos textuais do jornalismo antigo de fazer esse tipo de crítica. O Brasil 247 também não apresentou nenhum problema em fazer críticas abertas e fortes aos membros da política brasileira, registrando para essa pesquisa uma importante comprovação da hipótese de que os meios criados na era do webjornalismo trazem diferenças cruciais na estrutura e no discurso jornalístico, principal no que tange o uso da opinião no meio de notícias.

Percebemos também que, de uma forma muito clara, as questões políticas e econômicas receberam grande espaço nos meios de comunicação analisados por esta pesquisa. O grande esforço de Jair Bolsonaro e o governo brasileiro de diminuir a gravidade da pandemia e entregarem uma leitura mais preocupada com o funcionamento da economia durante a pandemia teve destaque. Os três meios fizeram críticas à tentativa do governo brasileiro de reduzir a gravidade da pandemia e forçar a mão do país quanto à volta das atividades econômicas. O pronunciamento de Bolsonaro, no dia 24 de março de 2020, tirou a atenção da cobertura da pandemia da área da saúde

e levou completamente para o tema da política. Trechos desta entrevista pautaram críticas ao governo que foram desde a forma de atleta de Bolsonaro até a relação entre as necessidades de cuidado com a saúde brasileiro e o desejo econômico de não parar os dias de trabalho. A complexa relação de Jair Bolsonaro com o ministro da saúde à época, Henrique Mandetta, também recebeu um grande foco durante a cobertura realizada pelos meios de comunicação que aqui analisamos. O Antagonista, por exemplo, fez questão de tomar o lado do ministro, inclusive mostrando empatia com a situação difícil que ele vivia com o presidente, Jair Bolsonaro. O G1 e o Brasil 247 foram menos piedosos com o ministro, focando na confusão que ele apresentou durante este processo.

Durante a análise feita ao material, percebemos também que apenas o G1 fez a cobertura do novo Coronavírus colocando seu foco diretamente no tema de saúde. Foi uma escolha editorial, que fez com que o assunto entrasse na seção da Saúde do portal. Essa decisão refletiu na presença de textos focados primordialmente em pautas como higiene, cuidados com o vírus e os perigos que ele significa, questões que não fizeram parte da cobertura tanto do Brasil 247 como de O Antagonista. Isso aponta para a conclusão de que a origem destes meios teve um grande impacto na forma como pautas foram selecionadas, e reforça ainda mais a vocação política dos meios que surgiram nos últimos anos. O tipo de jornalismo realizado por estes portais é direto e claramente segue um tema único, enquanto o G1 é um portal de notícias gerais. É claro, ambos apresentaram temas políticos importantes, como o pronunciamento de Bolsonaro, mas a diferença mora no contexto que o G1 trouxe nessas matérias. Como os textos sempre foram maiores nesse portal, existiu o constante cuidado em dar ao leitor todos os dados necessários para a interpretação do texto.

Nesta dissertação, concluímos que o caminho traçado pelo webjornalismo passa constantemente pelo uso da opinião como uma maneira de informar, construir laços com leitores e aprofundar a cobertura de temas mais complexos. Os posicionamentos mais claros quanto a figuras políticas e questões polêmicas mostraram-se uma forma de chamar a atenção e ganhar destaque no jornalismo feito pela internet. Os meios feitos especificamente para a realização de webjornalismo foram, durante o período

analisado, mais opinativos, com a redação de textos rápidos e definitivos, com pouco espaço para contextualizações sobre o tema. Podemos observar, também, que a especialização em um tema realmente é uma característica muito forte deste tipo de jornalismo. Enquanto o G1 tem diversas redações tratando de diferentes temáticas, tanto O Antagonista como o Brasil 247 fazem um jornalismo muito politizado e voltado para a política como a principal editoria do meio.

Considerando estes pontos, devemos pensar, para o futuro da pesquisa jornalística, em aprofundar o entendimento do papel da opinião no jornalismo moderno e o que este uso significa em termos éticos e morais para a profissão, questões que não foram abordadas por esta pesquisa mas que surgem como apontamentos para o futuro a partir dos resultados obtidos. Da mesma forma, devemos pontuar que o G1, como oriundo de um meio de comunicação tradicional, evitou muito a opinião descarada, procurando a construção de textos críticos de uma maneira mais sutil e contextualizada. Por isso, abre-se o caminho para mais pesquisas em torno da evolução do jornalismo tradicional para o modelo de webjornalismo, principalmente por meios mais antigos que foram obrigados a fazer a transição para manter a relevância e o alcance do público.

Por fim, percebemos nesta pesquisa, a partir dos três casos selecionados, que a cobertura feita à crise do novo coronavírus passou diretamente por turbulências políticas do País. Enquanto a sociedade brasileira buscava maneiras de se adaptar a uma nova realidade e buscar maneiras de melhorar a saúde pública durante uma crise sanitária, Jair Bolsonaro era pauta constante por suas tentativas de diminuir a crise. O ministro da saúde brasileiro também ganhou grande destaque. Luis Henrique Mandetta fez, nos primeiros dias da pandemia no Brasil, entrevistas coletivas diárias em que ele falava sobre os números da pandemia e passava recomendações para a população. Quando a relação com Bolsonaro tornou-se uma de conflito, seu destaque aumentou e suas imprecisões e mudanças de opinião assustaram parte do jornalismo brasileiro, que deparou-se com o risco de ver os números de infectados e mortos aumentar exponencialmente. Não é à toa, portanto, que os três meios selecionados fizeram críticas duras a Jair Bolsonaro, apenas com linguagens e formas diferentes. A mensagem sempre foi a mesma: era um absurdo menosprezar a pandemia. Este momento histórico

marcou de uma forma ímpar o jornalismo no mundo inteiro e deixou mais claras as características do webjornalismo e suas diferenças com o jornalismo tradicional, além de apontar para o crescimento da opinião como um mecanismo informativo.

Referências Bibliográficas

ADORNO, Theodor W.; DE ALMEIDA, Jorge Miranda. Indústria cultural e sociedade. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

AMARAL, Inês. A interactividade na esfera do Ciberjornalismo. 2005.

BARDIN, Laurence. Análise de conteúdo. Lisboa: Edições 70, 1977.

BASTOS, Helder. A diluição do jornalismo no ciberjornalismo. Estudos em Jornalismo e Mídia, v. 9, nº2, 2012, p. 284-298, 2012. BELTRÃO, Luiz. Jornalismo opinativo. Vol. 11. Editora Sulina, 1980.

CANAVILHAS, João. Webjornalismo: considerações gerais sobre jornalismo na web. 2001.

CANAVILHAS, João. Webnoticia: propuesta de modelo periodístico para la WWW. Livros LabCom, 2007.

CARLOS, Eliana Natividade. A mídia e as manifestações de junho de 2013: uma análise de produtos midiáticos. Faculdade Cásper Líbero, 2015.

CASTELLI, Eugenio. Manual de periodismo. Madrid: Plus Ultra, 1981. 236 p.

DALMONTE, Edson Fernando. Pensar o discurso no webjornalismo: temporalidade, paratexto e comunidades de experiência. Edufba, 2009.

FLICK, Uwe. Qualidade na pesquisa qualitativa. Porto Alegre, Editora Artmed, 2009.

FOLHA DE S.PAULO. Manual da Redação. São Paulo: Publifolha, 2001.

HAUBEN, Michael. History of ARPANET. Site de l'Instituto Superior de Engenharia do Porto, v. 17, 2007.

GENESINI, Sílvio. A pós-verdade é uma notícia falsa. Revista USP, São Paulo, n. 116, p. 45-58, 2018. Disponível em: < <https://www.revistas.usp.br/revusp/article/download>>. Acesso em: 30 set. 2020.

GROULX, Lionel-Henri. Contribuição da pesquisa qualitativa à pesquisa social. In: A Pesquisa qualitativa: enfoques epistemológicos. Petrópolis, Editora Vozes, 2014.

LAGE, Nilson. Conceitos de jornalismo e papéis sociais atribuídos aos jornalistas. Pauta Geral, v. 1, n. 1, p. 20-25, 2014.

MANNARA, Barbara Castari. Jornalismo na internet e as organizações Globo no mundo virtual: estudos de casos do G1, Globo. com, O Globo Online e Techtudo. 2014.

MARCONDES FILHO, Ciro. Sobre O Tempo De Incubação Na Vivência Comunicacional: Em defesa de uma pesquisa das sensações no campo da comunicação. Revista Observatório, v. 2, n. 4, p. 108-122, 2016.

MELO, José Marques de. Jornalismo opinativo: gêneros opinativos no jornalismo brasileiro. Mantiqueira, 2003.

MIELNICZUK, Luciana. Jornalismo na Web: uma contribuição para o estudo do formato da notícia na escrita hipertextual. 2003.

PENA, Felipe. A Teoria do Jornalismo no Brasil—após 1950—. São Paulo: Contexto, 2005.

PRADO, Magaly. Webjornalismo. Rio de Janeiro: LTC, 2011.

RECUERO, Raquel; GRUZD, Anatoliy. Cascatas de Fake News Políticas: um estudo de caso no Twitter. Galáxia (São Paulo), n. 41, p. 31-47, 2019.

REGES, Thiara Luiza da Rocha. Características e gerações do Webjornalismo: análise dos aspectos tecnológicos, editoriais e funcionais. Universidade da Beira do Interior (FASB), 2011.

SHU, Kai et al. Fake news detection on social media: A data mining perspective. ACM SIGKDD explorations newsletter, v. 19, n. 1, p. 22-36, 2017.

SOUSA, Jorge Pedro. Uma história breve do jornalismo no Ocidente. Jornalismo: história, teoria e metodologia da pesquisa. Porto: Edições Universidade Fernando Pessoa, p. 12-93, 2008.

TRAQUINA, Nelson. Teorias do Jornalismo: a tribo jornalística, uma comunidade interpretativa transnacional. Florianópolis: Insular, 2008. 216 p.

UOL. ‘Gripezinha’: leia a íntegra do pronunciamento de Bolsonaro sobre covid-19.

Acesso em agosto de 2020. Disponível em:

<https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2020/03/24/leia-o-pronunciamento-do-presidente-jair-bolsonaro-na-integra.htm>

VENANCIO, Rafael Duarte Oliveira. Transgênicos: Notícia e Opinião na Folha de S. Paulo e no Brasil de Fato¹. In: XXXI CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. Anais. Natal: Intercom. 2008. p. 1-15.

VICHIATTI, Carlos Alberto. Jornalismo: comunicação, literatura e compromisso. São Paulo: Paulus, 2005.

WOLF, Mauro. Teorias da comunicação de massa. Martins Fontes, 2003.